



**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR PARA EL MERCADO
ALEMÁN**

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN ECOTURISMO**

DANIELA ALEXANDRA FASSLER FLOR

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS, Certifica que: La memoria de tesis titulada “DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR PARA EL MERCADO ALEMÁN”, de responsabilidad de la señorita egresada Daniela Alexandra Fassler Flor, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada la presentación y defensa.

Ing. Patricia Tierra T.

DIRECTORA

Ing. Verónica Yépez

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, Octubre del 2013

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi padre José Fassler y a mi madre Tatiana Flor por el apoyo incondicional y el esfuerzo durante esta etapa de mi vida, a mi hermana María Elisa que a la distancia siempre ha estado ahí, al igual que Alexander Hess por su ayuda y cariño constante, a Betty Fassler por sus consejos, amistad y todo el apoyo durante mi vida estudiantil.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar un objetivo más de vida,
A mis padres por su apoyo incondicional, por ser el ejemplo a seguir, A mi hermana María Elisa, Alex y Betty y por ser parte de mi vida y la ayuda brindada.

Agradezco todos los profesores de la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo porque compartieron sus conocimientos y ayudaron en mi formación personal y profesional.

A mi directora de tesis Ing. Patria Tierra por el asesoramiento y ayuda brindada al igual que Ing. Verónica Yépez.

A mis amigas y amigos por compartir sus ocurrencias, por todo el apoyo y la amistad brindada, en fin a todas las personas que compartieron conmigo en el transcurso de la carrera.

Muchas gracias por todo!

Daniela Fassler

CUADRO DE CONTENIDOS

I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR PARA EL MERCADO ALEMÁN	- 14 -
II. INTRODUCCIÓN.....	- 14 -
A. GENERALIDADES	- 14 -
B. JUSTIFICACIÓN	- 15 -
C. OBJETIVOS	- 16 -
a. Objetivo general	- 16 -
b. Objetivos específicos	- 16 -
D. HIPÓTESIS.....	- 17 -
1. Hipótesis de trabajo.....	- 17 -
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	- 18 -
A. PRODUCTO TURÍSTICO	- 18 -
a. Producto turístico	- 18 -
b. Condiciones del producto turístico	- 19 -
c. Niveles del producto turístico	- 20 -
d. Clasificación de los productos turísticos.....	- 21 -
e. Líneas de producto turístico	- 23 -
B. MERCADO.....	- 23 -
a. Tipos de mercados	- 23 -
C. DEMANDA	- 25 -
a. Concepto de demanda	- 25 -
b. Factores que afectan la demanda	- 25 -
D. OFERTA	- 26 -
a. Concepto de oferta	- 26 -
b. Factores que afectan la oferta.....	- 26 -
c. Competencia.....	- 26 -
E. ESTUDIO DE MERCADO	- 27 -
a. Análisis de demanda	- 27 -

b.	Análisis de la oferta.....	- 29 -
c.	Análisis de la competencia.....	- 29 -
F.	NICHO DE MERCADO.....	- 30 -
a.	Características de nicho de mercado.....	- 30 -
G.	PAQUETE TURÍSTICO.....	- 32 -
a.	Componentes de un paquete turístico	- 32 -
b.	Clasificación de los paquetes turísticos	- 33 -
c.	Presentación técnica del paquete turístico	- 36 -
d.	Fijación de precios	- 36 -
H.	COMERCIALIZACIÓN.....	- 37 -
I.	MARKETING MIX.....	- 37 -
a.	Producto o servicio.....	- 38 -
b.	Precio	- 38 -
c.	Plaza o distribución.....	- 38 -
d.	Promoción	- 40 -
J.	ESTRATEGIA	- 41 -
K.	ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	- 41 -
L.	COMPONENTES DEL ANÁLISIS ECONÓMICO	- 42 -
M.	COMPONENTES DEL ANÁLISIS FINANCIERO	- 57 -
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS	- 61 -
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	- 61 -
a.	Localización	- 61 -
b.	Ubicación geográfica	- 61 -
c.	Características climáticas	- 61 -
d.	Clasificación ecológica	- 62 -
B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	- 63 -
C.	METODOLOGÍA	- 64 -
V.	RESULTADOS	- 69 -
A.	VALIDAR EL ESTUDIO DE MERCADO ALEMÁN SUSCEPTIBLE A SER CAPTADO POR LA OFERTA TURÍSTICA ECUATORIANA	- 69 -

a.	Análisis de la demanda	- 69 -
b.	Análisis de oferta	- 71 -
c.	Análisis de competencia.....	- 77 -
d.	Confrontación oferta - demanda	- 79 -
B.	DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA EL MERCADO ALEMÁN .	- 83 -
a.	Paquete Turístico No. 1	- 83 -
b.	Paquete Turístico No. 2.....	- 93 -
c.	Paquete Turístico No 3.....	- 103 -
d.	Paquete Turístico No. 4.....	- 112 -
e.	Paquete Turístico No. 5.....	- 120 -
C.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PAQUETES	- 129 -
a.	Estrategias de comercialización de producto	- 129 -
b.	Estrategias de comercialización precio	- 140 -
c.	Estrategias de comercialización de plaza.....	- 142 -
d.	Estrategias de comercialización promoción.....	- 144 -
D.	FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA OFERTA	- 151 -
1.	Análisis económico	- 151 -
2.	Análisis financiero	- 158 -
VI.	CONCLUSIONES.....	- 160 -
VII.	RECOMENDACIONES	- 161 -
VIII.	RESUMEN.....	- 162 -
IX.	SUMMARY	- 163 -
X.	BIBLIOGRAFÍA	- 164 -
XI.	ANEXOS	- 169 -

LISTA DE CUADROS

Cuadro No. 01: Temperatura, precipitación y horas de sol de Osnabrück	- 62 -
Cuadro No. 02: Número de paquetes turísticos ofertados por tour operadoras alemanas	- 72 -
Cuadro No. 03: Proyección de la oferta.....	- 80 -
Cuadro No. 04: Viajeros independientes	- 81 -
Cuadro No. 05: Demanda insatisfecha	- 81 -
Cuadro No. 06: Cálculo de la demanda objetiva	- 82 -
Cuadro No. 07: Paquete No. 1 “Der pass des Abenteuer” / “Al paso del aventurero”	- 83 -
Cuadro No. 08 Análisis de costos del. Paquete No. 1 “Al paso del aventurero”	- 88 -
Cuadro No. 09: Paquete No. 2 “Natur und Kultur Entdecken” / “Descubriendo la Naturaleza y cultura”	- 93 -
Cuadro No. 10: Análisis costos del paquete No. 2 “Descubriendo la naturaleza y cultura” ...	- 98 -
Cuadro No. 11: Paquete No. 3 “Die anmutigen Anden” / “Andes encantados”	- 103 -
Cuadro No. 12: Análisis de costos del paquete No. 3 “Andes Encantados”	- 108 -
Cuadro No. 13: Paquete No. 4 “Traumhaftes Galapagos” / “Galápagos de ensueño”	- 112 -
Cuadro No. 14 Análisis de costos del paquete No. 4 “Traumhaftes Galapagos”	- 116 -
Cuadro No. 15: Paquete No. 5 “Erlebe die 4 Welten” / “Integrando los 4 Mundos”	- 120 -
Cuadro No. 16: Análisis de costos del paquete No. 5 “Integrando los 4 mundos”	- 125 -
Cuadro No. 17: Programa de viajes	- 134 -
Cuadro No. 18: Tabla de comisión para intermediarios	- 141 -
Cuadro No. 19: Operadoras de turismo alemanas	- 142 -
Cuadro No. 20: Agencias de viajes y operadoras de turismo	- 143 -

Cuadro No. 21: Buscadores alemanes	- 147 -
Cuadro No. 22: Guías de viajes alemanas	- 148 -
Cuadro No. 23: Club y organizaciones alemanas	- 149 -
Cuadro No. 24: Universidades y VHS alemanas	- 149 -
Cuadro No. 25: Balance inicial.....	- 151 -
Cuadro No. 26: Activo fijo, diferido y capital de trabajo	- 152 -
Cuadro No. 27: Fuentes de financiamiento	- 153 -
Cuadro No. 28: Presupuesto costos y gastos	- 153 -
Cuadro No. 29: Cálculo del precio	- 155 -
Cuadro No. 30: Ingreso por ventas	- 155 -
Cuadro No. 31: Estado de pérdidas y ganancias.....	- 156 -
Cuadro No. 32: Flujo de caja	- 156 -
Cuadro No. 33: Punto de equilibrio	- 157 -
Cuadro No. 34: Recuperación de la inversión	- 158 -

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico. No. 1. Temporalidad de salidas por Tour Operadora.....	- 74 -
Gráfico. No. 2. Mapa del paquete No. 1 “Al paso del aventurero”	- 89 -
Gráfico No. 3: Fotografía Iglesia San Francisco	- 94 -
Gráfico No. 4: Fotografía centro histórico de Quito.....	- 90 -
Gráfico No. 5: Fotografía Cráter Pululahua	- 90 -
Gráfico No. 6: Fotografía Museo Tulipe.....	- 90 -
Gráfico No. 7: Fotografía Tarabita de Montaña	- 90 -
Gráfico No. 8: Fotografía Cascada Madre de Mindo	- 90 -
Gráfico No. 9: Fotografía Cascada Nambillo	- 90 -
Gráfico No. 10: Fotografía Parque Nacional Cotopaxi	- 91 -
Gráfico No. 11: Fotografía Iglesia de Baños	- 91 -
Gráfico No. 12: Fotografía Nevado Chimborazo	- 91 -
Gráfico No. 13: Fotografía Reserva Faunística	- 91 -
Gráfico No. 14: Fotografía Guayaquil	- 91 -
Gráfico No. 15: Fotografía Salinas	- 92 -
Gráfico No. 16: Fotografía vista desde el Santuario- Olón	- 92 -
Gráfico No. 17: Comunidad de Agua Blanca	- 92 -
Gráfico No. 18: Fotografía playa El Murciélago - Manta	- 92 -
Gráfico No. 19: Mapa del paquete No. 2 “Descubriendo la naturaleza y cultura”	- 100 -
Gráfico No. 20: Fotografía centro histórico de Quito.....	- 101 -
Gráfico No. 21: Fotografía Laguna Limoncocha.....	- 101 -

Gráfico No. 22: Fotografía Cavernas de Jumandy	- 101 -
Gráfico No. 23: Fotografía Sacha Lodge	- 101 -
Gráfico No. 24: Fotografía Macas	- 102 -
Gráfico No. 25: Fotografía Comunidad Shuar	- 102 -
Gráfico No. 26: Fotografía Cascada Alto Arapico.....	- 102 -
Gráfico No. 27: Fotografía Lagunas de Atillo.....	- 102 -
Gráfico No. 28: Fotografía Colegio Maldonado	- 102 -
Gráfico No. 29: Fotografía Nevado Cotopaxi	- 102 -
Gráfico No. 30: Mapa del paquete No 3 “Andes Encantados”.....	- 109 -
Gráfico No. 31: Fotografía Museo de Chordeleg	- 110 -
Gráfico No. 32: Fotografía tienda de artesanías	- 110 -
Gráfico No. 33: Fotografía mujer Saraguro	- 110 -
Gráfico No. 34: Fotografía Iglesia de Saraguro	- 110 -
Gráfico No. 35: Fotografía Loja	- 110 -
Gráfico No. 36: Fotografía El Mandango	- 111 -
Gráfico No. 37: Fotografía Bosque Petrificado de Puyango	- 110 -
Gráfico No. 38: Fotografía Valle de Quinar	- 111 -
Gráfico No. 39: Mapa agrandado del paquete No 4. “Galápagos de ensueño”.....	- 117 -
Gráfico No. 40: Mapa del paquete No. 4 “Traumhaftes Galápagos”	- 118 -
Gráfico No. 41: Fotografía lobos marinos	- 110 -
Gráfico No. 42: Fotografía Playa Tortuga Bay	- 118 -
Gráfico No. 43: Fotografía Grietas	- 119 -
Gráfico No. 44: Fotografía Tortugas Galápagos	- 119 -

Gráfico No. 45: Fotografía Túneles de lava	- 119 -
Gráfico No. 46: Fotografía de Galápagos	- 119 -
Gráfico No. 47: Mapa del paquete “Integrando los 4 mundos”	- 126 -
Gráfico No. 48: Fotografía centro histórico de Quito	- 127 -
Gráfico No. 49: Fotografía de la Mitad del Mundo	- 127 -
Gráfico No. 50: Fotografía Laguna Cuicocha	- 127 -
Gráfico No. 51: Fotografía Mercado – Otavalo	- 127 -
Gráfico No. 52: Fotografía Nevado Cotopaxi	- 127 -
Gráfico No. 53: Fotografía Laguna Quilotoa	- 127 -
Gráfico No. 54: Fotografía Tren Alausí	- 127 -
Gráfico No. 55: Fotografía de las Ruinas de Ingapirca	- 128 -
Gráfico No. 56: Fotografía de la Catedral de Cuenca.....	- 128 -
Gráfico No. 57: Fotografía de Galápagos	- 128 -
Gráfico No. 58: Fotografía del Malecón 2000 - Guayaquil.....	- 128 -
Gráfico No. 59: Imagotipo en alemán	- 129 -
Gráfico No. 60: Imagotipo en español	- 130 -

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta en español	- 169 -
ANEXO 2. Encuesta en alemán.....	- 172 -
ANEXO 4. Cruceros ofertados por operadoras alemanas	- 198 -
ANEXO 5. Categorización de los cruceros	- 199 -
ANEXO 6. Tarifario del paquete 1	- 202 -
ANEXO 7. Tarifario del paquete 2	- 204 -
ANEXO 8. Tarifario del paquete 3	- 205 -
ANEXO 9. Tarifario del paquete 4	- 206 -
ANEXO 10. Tarifario del paquete 5	- 207 -
ANEXO 11. Diseño de la página web en alemán	- 208 -
ANEXO 12. Diseño de la página web en español	- 211 -

I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR PARA EL MERCADO ALEMÁN

II. INTRODUCCIÓN

A. GENERALIDADES

El Ecuador es un país de gran atractivo turístico que se destaca por su variada cultura y gran biodiversidad, pese a su pequeña extensión presenta cuatro mundos diferentes como la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, además gracias a su favorable posición geográfica cuenta con diversos pisos climáticos generando variados hábitats, con una riqueza única de especies de flora y fauna y exuberantes paisajes, además se han inventariado más de 920 atractivos, turísticos de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, selva, ríos y lagos, las montañas. También es un país pluricultural, hogar de más 30 nacionalidades indígenas con diversas costumbres, tradiciones, idiomas, arte expresadas en artesanías, teatro, música, danza, ciencias, saberes ancestrales y demás expresiones de convivencia milenaria.

El turismo se está convirtiendo en una de la principales fuentes económicas del Ecuador, en el último año ha generado alrededor de 789 millones de dólares, según el Ministerio de Turismo y el Plan de Marketing Turístico 2010-2014, destacándose el mercado Europeo como un emisor de gran relevancia.

Alemania es uno de los mercados clave identificado en el Plan de Marketing Turístico del Ecuador, presenta un incremento anual del 11% y está considerado entre los 10 principales mercados que visitan el Ecuador con alrededor de 29582 turistas al año, que corresponde al 2,33% del total de las personas que viajan a nivel mundial, generando cantidades significativas de divisas y permitiendo así el desarrollo de todos los que se dedican a esta actividad.

El Ecuador cuenta con gran potencial turístico y Alemania es un mercado clave por la significativa cantidad de turistas que llegan anualmente, por ende los productos turísticos diseñados en base a los gustos y preferencias del mercado alemán, son indispensables y ayudan a captar de una mejor manera la demanda creciente existente, haciendo que los visitantes se sientan más a gusto e incrementen la capacidad de gasto, promoviendo así el desarrollo económico y social de los pueblos, además es una herramienta alternativa para promover a la conservación.

B. JUSTIFICACIÓN

El turismo en el Ecuador se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes que cada día está en aumento, en el 2011 llegaron más de 1'128.000 turistas de acuerdo con las estimaciones de la Dirección de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo, lo que representa un 8% más que en el 2010 que recibió 1'044.000 visitantes generando alrededor de 789 millones de dólares de divisas, proyectando a su vez para el 2012 el arribo de 1'214 mil turistas extranjeros.

El Ecuador a través del Ministerio de Turismo ha realizado varios esfuerzos para consolidar al país como destino turístico competitivo, guiado por Plan Integral de Marketing Turístico 2010 – 2014, que contempla posicionar al Ecuador a escala mundial como líder del turismo sostenible.

Las fuentes anteriormente mencionadas indican que en el año 2012 los principales mercados que visitaron el Ecuador fueron Colombia (349.457), Estados Unidos (248.064), Perú (137.096), España (65.765), Argentina (46.203) Venezuela (45.704), Chile (41.647), Alemania, (29.582); Canadá (26.980), como se puede observar Alemania ocupa el segundo lugar de los mercados Europeos emisores que arriban al Ecuador y el octavo a nivel de América del norte centro y sur.

El Ecuador es un país privilegiado para realizar actividades turísticas y existe un mercado creciente de turistas alemanes, sin embargo en un sondeo rápido sobre la oferta se determinó que existen pocos productos turísticos debidamente diseñados en base a los gustos y preferencias del

mercado alemán, por esta razón la presente investigación permite diseñar nuevos productos contemplando las características sociográficas y psicográficas, e integrando las necesidades del visitante , para ser satisfechas a través de una oferta turística de calidad, con la finalidad de captar la demanda creciente de mercado promoviendo así el desarrollo sustentable del Ecuador y de los que se dedican a esta actividad.

C. OBJETIVOS

1. Objetivo general

- a. Diseñar productos turísticos del Ecuador para el mercado alemán.

2. Objetivos específicos

- a. Validar el estudio de mercado alemán susceptible de ser captado por la oferta turística ecuatoriana
- b. Diseñar paquetes turísticos para el mercado alemán en base a los perfiles definidos.
- c. Plantear estrategias de comercialización de los productos diseñados
- d. Determinar la factibilidad económica y financiera de la oferta

D. HIPÓTESIS

1. Hipótesis de trabajo

El Ecuador cuenta con la oferta turística necesaria para el diseño de productos turísticos capaces de satisfacer los gustos y preferencias de la demanda creciente del mercado alemán.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. PRODUCTO TURÍSTICO

1. Producto turístico

La OMT (1998) define que producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado a manera de bienes materiales e inmateriales en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Los servicios pueden ser apreciados a partir del soporte técnico para la prestación del servicio, la funcionabilidad de su personal y por la imagen, intercambio que ofrece a sus clientes. Por lo general, se refiere a los servicios turísticos pueden ser resultados de múltiples configuraciones de los bienes y servicios complementarios que requieren los turistas para subsistir en sus desplazamientos del lugar de origen hacia donde se encuentran los recursos turísticos para satisfacer sus necesidades esenciales, las que no puede satisfacer donde reside. Aquí surgen otros puntos de preocupación, ¿cuáles son las necesidades esenciales que desea satisfacer el turista en el producto turístico?, ¿los bienes y servicios son el verdadero motivo del viaje turísticos?. Desde la concepción clásica de bienes y servicios la producción y el consumo necesariamente se tienen que realizar, en tanto si el producto turístico es el viaje, entonces la producción se realiza en los países emisores, mientras que el consumo se hace en el destino turístico, a destiempo y en diferentes lugares.

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que demanda el turista, ya sean estos tangibles e intangibles y están inmensamente relacionados con los recursos turísticos, la infraestructura, planta turística y superestructura, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista a demás producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. (GONZÁLEZ, J. 2007)

2. Condiciones del producto turístico

Según NICOLAU J. (2010), para que el producto turístico tenga éxito es necesario que cumpla los siguientes aspectos:

a. Ser tangible

Al momento que el turista pretende contratar los servicios de un determinado paquete turístico, primero busca información previa a dicho paquete, reduciendo así la incertidumbre.

b. Caducidad

Los productos turísticos no son almacenables, por lo que se consumen en el momento programado o se pierden. Esta caducidad, afecta a la industria hotelera de forma que se debe optar, por vender al ritmo de mercado, (directamente al público), o vender con antelación, (a través de intermediarios). Precisamente, el overbooking es una consecuencia de la caducidad. Por lo tanto la caducidad de los servicios turísticos es una característica inherente a los mismos que se debe tener presente e intentar contrarrestar.

c. Agregabilidad

El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.

d. Heterogeneidad

Permite en muchas ocasiones confeccionar productos "a medida", aunque estén más o menos estandarizados de antemano o "estandarización heterogénea", no sólo se individualiza el producto de forma consiente sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

e. Simultaneidad de producción y consumo

Los productos turísticos primero son, comprados y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente. Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, debido a que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto. De ahí la importancia del componente humano en la prestación de los servicios

f. Planificación, coordinación y control

En el área del Marketing, gestores financieros, a los técnicos y a los especialistas en recursos humanos.

3. Niveles del producto turístico

Según NICOLAU J. (2010) en el turismo existen cuatro niveles del producto:

a. El producto básico

Se trata de aquello que el cliente trata de obtener y más que proporcionar objetos se trata de proporcionar beneficios de esos objetos.

b. Productos auxiliares

Son aquellos productos que deben estar presentes para que el cliente pueda hacer uso del producto básico. Se refiere a servicios mínimos que deben existir además del beneficio básico buscado por el cliente.

c. Productos secundarios

Aunque el producto básico necesita de los productos auxiliares para su uso, no requiere la existencia de productos secundarios, ya que se trata de productos extras que proporcionan valor al producto básico y ayudan a diferenciarse de la competencia.

d. Producto aumentado

Hace referencia a cómo recibe el cliente el servicio. Así, al hablar de producto aumentado hay que hablar de la atmósfera y el entorno físico (hace referencia al ambiente que se respira en el establecimiento y se percibe rápidamente por los sentidos debe cuidarse al máximo), la interacción del cliente con el producto y la interacción entre clientes. Es importante tener en cuenta cómo y en qué medida los clientes con distintos gustos y necesidades pueden ser mezclados. (NICOLAU, J. 2010)

4. Clasificación de los productos turísticos

NICOLAU J. (2010) propone que los productos turísticos en función de los hábitos de compra se clasificación en:

a. Productos de conveniencia

Hace referencia a las compras no planificadas, en las que el consumidor, invierte poco tiempo en la búsqueda y comparación, pues son compras que se realizan de forma rutinaria. A su vez los bienes de conveniencia pueden dividirse en:

1) Productos de compra rutinaria

Los productos de compra rutinaria son aquellas compras que se realizan por costumbre.

2) Productos que se compran por impulso

Son aquellos que se compran cuando se ven, es decir, que se despierta el deseo cuando se tiene el producto ante los ojos.

3) Productos de emergencia

Son productos que se compran cuando surge una necesidad urgente, una característica de estos productos es que, en muchas ocasiones, cuando se trata de productos se pueden hacer en cualquier momento, los precios de los mismos son superiores a cuando se compran en situaciones normales.

b. Productos de compra esporádica

Son aquellos productos adquiridos en un proceso de selección, donde se compara los distintos atributos de los mismos. Se distingue entre productos de compra esporádica homogéneos, aquellos en los que las prestaciones de los servicios son prácticamente las mismas, lo que difiere es el precio y productos de compra esporádica heterogéneos, en los que las características son más importantes que el precio, es decir, que el cliente estará dispuesto a pagar un poco más, si el producto se adapta más a sus deseos.

c. Productos de especialidad

Son aquellos productos que tienen unas características únicas, y que el consumidor está dispuesto a obtener sea como sea.

d. Productos no buscados

Son productos que el consumidor no sabe que existen o que sabiéndolo no desea comprar, y que sólo buscará en determinados momentos de la vida.

5. Líneas de producto turístico

Según el PLANDETUR 2020, las principales líneas de producto turístico actuales del país se encuentran agrupadas bajo los conceptos de circuitos generales, sol y playa, turismo comunitario, turismo cultural, parques temáticos, ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo de deportes y aventura, turismo de salud, agroturismo, MICE-Reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones y cruceros.

La estructuración de destinos turísticos regionales de Ecuador y la ubicación de las líneas de producto turístico por cada destino, tienen la finalidad de orientar las prioridades de actuación frente a posibles proyectos turísticos. Los actores del turismo para encarar sus actividades están tanto a nivel público como privado y comunitario. (PLANDETUR 2020)

B. MERCADO

Un mercado es una institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos se intercambian libremente, dentro de este se utiliza dinero, y existen dos tipos de agentes, los compradores y los vendedores. En los mercados de productos es típico distinguir entre consumidores y productores. En los mercados de factores existen quienes desean adquirir y quienes desean vender o alquilar los recursos de la producción que poseen. (POPRITKIN, A. 2008)

1. Tipos de mercados

En la mayoría de los mercados los compradores y los vendedores se encuentran frente a frente, sin embargo la proximidad física no es un requisito imprescindible para conformar un mercado. Algunos mercados son muy simples la transacción es directa. En otros casos los intercambios son complejos. En todos los casos, el precio es el instrumento que permite que las transacciones se realicen con orden, además cumple dos funciones básicas, la primera es suministrar información y la segunda proveer incentivos.

Al analizar los mercados es frecuente establecer la siguiente división propuesta por POPRITKIN, A. (2008):

a. Mercados transparentes

Mercado libre.

Mercado de competencia perfecta.

b. Mercados opacos

1) Mercado intervenido.

2) Mercado de competencia imperfecta.

Cuando hay un solo punto de equilibrio, debido a la existencia de información imperfecta entre los agentes hay más de una situación de equilibrio.

Cuando son sometidos al libre juego de las fuerzas de oferta y demanda, agentes externos al mercado, como, por ejemplo, autoridades económicas, fijan los precios.

Cuando en un mercado existen muchos vendedores y muchos compradores, es muy probable que nadie, por sus propios medios, sea capaz de imponer y manipular el precio.

Cuando sucede lo contrario al punto anterior, o sea cuando hay pocos vendedores, o solo uno, y estos ponen el precio que ellos desean para el beneficio personal. (POPRITKIN, A. 2008)

C. DEMANDA

1. Concepto de demanda

Según BRIGHAM (1992) “el término demanda se refiere al número de unidades de un bien o servicio que los clientes están dispuestos a comprar durante un período especificado y bajo un conjunto dado de condiciones”.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios (o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas, tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes, la permanecen constantes. (NUÑEZ, K. 2011)

2. Factores que afectan la demanda

Una lista de todos los factores que generan y afectan la demanda por un determinado producto en un momento dado, podría llenar un libro y carecerían de vigencia mañana mismo. La importancia de los diferentes factores cambia rápidamente y con frecuencia de manera imprevisible, para mencionar unas pocas pueden ser:

- Ubicación geográfica de los lugares y/o países de origen
- Condiciones de los medios de transporte y vías de comunicación
- Capacidad de Alojamiento suficiente
- Nivel de precios comparativamente favorables
- Tendencia de la moda
- A los factores anteriores deben se añadidos, algunos atractivos naturales y climatológicos, como motivadores de la propensión a viajar.(BEAUFOND, R. 2006)

D. OFERTA

1. Concepto de oferta

Es la cantidad de bienes, servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas, tales como la tecnología, la disponibilidad de recursos, los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes. (NUÑEZ K. 2011)

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender, el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes.

2. Factores que afectan la oferta

Al igual que en la demanda, en la oferta también existen factores que la alteran, NUÑEZ K. (2011) cita seis factores importantes; el precio del bien, la disponibilidad de recursos, la tecnología, el precio de las materias primas, la regulación del estado y la competencia, de tal manera que se construya una función genérica de oferta de la siguiente forma:

3. Competencia

A medida que el número de empresas en una misma actividad aumenta, la oferta de cada una de ellas tiende a disminuir. En el mercado existen dos tipos de competencia:

a. Competencia perfecta

Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están bien informados, existe libre entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los oferentes como de los demandantes. (POPRITKIN, A. 2008)

b. Competencia imperfecta

Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, si no como precio-oferentes, puesto que de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado. Recuérdese que la característica fundamental de la competencia perfecta es que, debido a la diversidad de empresas participantes, ninguna tiene capacidad para incidir sobre los precios, de forma que actúan como precio-aceptantes. (POPRITKIN, A. 2008)

E. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado determina el espacio que ocupa un bien o servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende, como la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un área delimitada, además identifican las empresas productoras y condiciones a las que está suministrada el bien, e igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios. (BACA, G. 2001)

Para realizar un estudio de mercado se deberán seguir los siguientes pasos:

1. Análisis de demanda

El análisis de la demanda permite identificar de forma cuantitativa y cualitativa hacia qué mercados se puede dirigir la oferta, cuáles son sus necesidades, preferencias, capacidad de gasto, además de definir el perfil de los visitantes y su comportamiento profundizando de acuerdo al segmento de mercado para lo cual se tomará en cuenta. (MERCADERO H. 2011)

a. Perfil general de consumidor a captar

Para fijar el Perfil general de consumidor a captar se recurre al proceso de segmentación que consiste en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado que conforman la demanda futura, potencial y objetiva. Para dicho agrupamiento se utiliza cinco variables que son: Socio económico, geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad. (HERNÁNDEZ 1997)

b. Muestreo

Es una herramienta de investigación científica y su función es determinar la realidad de estudio (Población o Universo de estudio) (SPIEGEL, M.1998)

c. Muestra

En todas las ocasiones en las que no se puede trabajar con la totalidad de universo es conveniente utilizar una muestra, entendida como parte significativa y representativa de la población, para que una muestra se útil, debe reflejar las similitudes y las diferencias encontradas en la población. (SPIEGEL, M.1998)

d. Tamaño de la muestra

Para la búsqueda de información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, primero se busca información bibliográfica y en caso de que no exista se recurre a la obtención de información primaria que es a través de salidas de campo (en este caso aplicación de encuestas)

Para obtener información primaria es importante centrar dos tipos de variables (análisis de oferta y demanda) después de identificar el universo se procederá al cálculo de la muestra aplicando la fórmula de SPIEGEL, M. (1998):

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible

k: constante de corrección de error

p: constante de varianza proporcional

q: contantes de varianza proporcional.

Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo.

2. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. (MERCADERO, H. 2011)

El análisis de la oferta se realiza principalmente a través de información secundaria y primaria, esta se obtiene a través de la identificación de agencias de viajes y operadoras que oferten productos parecidos a los que se pretende diseñar en donde a través de una matriz comparativa se detallan las condiciones que ofertan (Número de paquetes, número de días, precio, incluye, no incluye, etc.)

3. Análisis de la competencia

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca,

descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros. (MERCADERO, H. 2011)

El benchmarking o plantilla permite establecer los estándares de la industria así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará si es factible convivir con la competencia y si es necesario neutralizarla o si un competidor puede transformarse en socio a través de fusión o alianzas estratégicas.

F. NICHOS DE MERCADO

El mercado no solo se puede dividir en segmentos, sino también en nichos y en última instancia en individuos. En la medida en que una empresa vendedora subdivide un mercado al identificar características más singulares, los segmentos tienden a convertirse en un conjunto de nichos. (KOTLER, P. 2002)

1. Características de nicho de mercado

Según KOTLER, P. (2002), un nicho de mercado presenta las siguientes características:

a. Es la fracción de un segmento de mercado

Es decir cada nicho de mercado presenta algunas particularidades que los distinguen del segmento en su conjunto.

b. Es un grupo pequeño

Que las componen personas, empresas u organizaciones en una cantidad reducida (comparándola con el segmento de mercado al que pertenece).

c. Tienen necesidades o deseos específicos y parecidos

Por lo general, consisten en necesidades o deseos muy particulares y además tienen su grado de complejidad; por lo cual este grupo está dispuesto a pagar un “extra” para adquirir el producto o servicio que cumpla con sus expectativas.

d. Existe la voluntad para satisfacer sus necesidades o deseos

Es decir presentan una “buena predisposición” por adquirir un producto o servicio que satisfaga sus expectativas, y en el caso de las empresas u organizaciones, tienen la “capacidad de tomar decisiones de compra.”

e. Existe la capacidad económica

Cada componente del “nicho de mercado” tiene la suficiente capacidad económica que le permite incurrir en los gastos necesarios para obtener el satisfactor de su necesidad o deseo. Incluso, están dispuestos a pagar un monto adicional por lograr una mejor satisfacción.

f. Requiere operaciones especializadas

Al existir necesidades o deseos con características específicas e incluso complejas, el nicho de mercado requiere de proveedores especializados y capaces de cubrir sus expectativas.

g. Existen muy pocas o ninguna empresa proveedora

En aquellos nichos de mercado donde las particularidades y la complejidad de sus necesidades o deseos requieren de una alta especialización, es normal que no existan más de una o dos empresas proveedoras, incluso puede darse que no exista ninguna.

h. Tiene tamaño suficiente como para generar utilidades

Un nicho de mercado ideal es aquel que tiene el tamaño necesario como para ser rentable.

G. PAQUETE TURÍSTICO

Un paquete turístico es un conjunto de servicios que se comercializa de forma única por medio de agencias de viajes u operadoras, contiene de dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, alimentación, guianza, transporte y recreación a cambio de un precio unitario para todo el paquete, del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta. (IBIS, A. 2012)

1. Componentes de un paquete turístico

a. Atractivos

Son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.

b. Facilidades

Son un complemento del producto turístico, no generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

c. Accesos

Son indispensables para que el turista llegue al destino turístico.

d. Herencia cultural de un pueblo

Es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. (IBIS, A. 2012)

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

e. Clasificación de los paquetes turísticos

Los paquetes turísticos según TIERRA, P. (2010) se clasifican en:

a) Estructura

1) Cerrados

Incluyen todos los servicios con fecha, hora, etc., (tours. Circuitos, etc.). Destinos exóticos, público poco experimentado.

2) Semicerrados

Algunos servicios están incluidos, otros son opcionales. (Fly& Drive, estancias fin de semana) destinos más cercanos. Propicia el descubrimiento la sensación de elegir “a la carta”. Se elaboran para público más experto.

3) Abiertos

El cliente va cerrando servicios según quiere (bonos), además tienen algunas ventajas como: Gran variedad, posibilidad de repetición, precio conveniente, imagen.

b) Componente o contenido

1) Combinados

a) Para estancias cortas

Mercados de proximidad, ayudan a generar repetición, gama variada de actividades, con posibilidad de realizar diferentes actividades en diferentes épocas.

Es conveniente la promoción y difusión de estos productos durante la temporada alta. (dirigido a clientes habituales)

b) Temáticos

- La tematización debe ser clara y fácilmente perceptible (Todas las actividades relacionadas con el tema)
- El tema debe ser atractivo, sencillo, de interés para el público general
- Tema circular (a lo largo del año con variaciones)
- Tema general (invariable)
- Tema Puntual (aprovechando acontecimientos, circunstancias o momentos)

c) Público

1) Generales

a) Dirigidos a todo tipo de público

- Diferenciados
- No especializados

2) Para segmentos de mercado

Según TIERRA, P. (2010) existen diversos segmentos de mercado poco atendidos como son:

a) Tercera edad

- Segmento en crecimiento, tanto en volumen como en propensión al viaje
- Disponibilidad de tiempo libre
- Interés cultural creciente
- Actividades relacionales
- Valores añadidos en temas de salud, cuidados especiales y alimentación

b) Niños

- Los niños tiene gran poder adquisitivo
- Disponibilidad de tiempo libre mayor que sus padres
- Componente “cultural” o de “aprendizaje” fundamental
- Diseño de estancias para niños “solos”
- Diseño de estancias para familias, con programas paralelos para los adultos

c) Discapacitados

- El diseño de los paquetes debe estar asistido por un experto en accesibilidad
- Mercado de 600 Millones de personas en todo el mundo 11% de la población europea
- Incremento de personas con movilidad reducida
- Estimaciones de 50 millones de Europeos
- De estos, en torno a 36 millones están en condiciones físicas y económicas de realizar turismo
- Distribuidores especializados: fácil acceso a la comercialización (TIERRA, P. 2010)

f. Presentación técnica del paquete turístico

Para el diseño del paquete turístico se tomará en cuenta la estructura técnica propuesta por TIERRA, P. (2010) en donde:

- a. Nombre del Paquete: Corto y llamativo que motive la compra
- b. Codificación: Numeración
- c. Duración: Horas, días, noches
- d. Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura
- e. Tiempo de las actividades: Inicio, duración
- f. Descripción de Actividades: En orden de visita/día
- g. Itinerario: Atractivos naturales y/o culturales, actividades, tiempos, sitios
- h. Dificultad: Fácil, moderado, difícil
- i. Precio: por número de pasajeros
- j. Servicios que se incluyen
- k. Servicios que no se incluyen
- l. Observaciones: Requerimientos para la visita, condiciones de reservaciones, impedimentos
- m. Mapa y fotografía

g. Fijación de precios

La fijación de precios es la parte más importante en el momento de diseñar un paquete turístico, se deben considerar aspectos de suma importancia por ejemplo: Cuánto cobrar al turista, qué actividades no son comisionables, revisión de tarifas de otros tours, costo neto, tarifa rack, fijación de precios, venta para el público, utilizando la siguiente fórmula.

$$\text{PVP} = \text{CNS} + \text{MKU/Ci}$$

Dónde:

PVP2: Precio de venta al público vía intermediaria.

CNs: Costo neto total de los servicios.

Mku: Mark Up / Margen de Ganancias.
Ci: % de comisión que se da al intermediario.

Cabe recalcar que la fijación de precios va a variar dependiendo de la temporada turística Alta o Baja. (TIERRA, P. 2010)

H. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de productos turísticos consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio permite el posicionamiento.

El merchandising se ocupa del conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final. En contraposición con la presentación pasiva, se realiza una presentación activa del producto o servicio utilizando una amplia variedad de mecanismos que lo hacen más atractivo: colocación, presentación, etc. El merchandising incluye toda actividad desarrollada en un punto de venta, que pretende reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los paquetes más rentables para el establecimiento. Los objetivos básicos del merchandising son: llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto, facilitar la acción de compra. (MÉNDEZ, J. 2007)

I. MARKETING MIX

Según MC. CARTHY, E. (1984) los elementos del marketing mix son cuatro y se detalla a continuación:

1. Producto o servicio

En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto y las características. (MC.CARTHY, E. 1984)

El producto turístico tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia las fases del ciclo de vida de un producto son:

- Lanzamiento
- Crecimiento
- Madurez
- Declive

2. Precio

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos. (MC.CARTHY, E. 1984)

3. Plaza o distribución

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el

manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar, en el momento y en las condiciones adecuadas. (MC.CARTHY, E. 1984)

a) Clasificación de ventas

Según MC.CARTHY, E. (1984) las ventas se clasifican en:

1) Venta Minorista o al detalle

Incluye todas las actividades relacionadas con la venta directa de bienes y servicios al consumidor final para un uso personal no comercial.

2) Venta mayorista o al mayoreo

Incluye todas las actividades de venta de bienes o servicios dirigidos a la reventa o a fines comerciales.

3) Venta personal

Es la venta que implica una interacción directa entre el vendedor y el comprador.

Por otra parte la venta personal requiere de vendedores para que realicen las siguientes tareas:

a) Atención o recepción de pedidos (venta interior)

Consiste en atender los pedidos que hacen los clientes.

b) Búsqueda y obtención de pedidos (venta exterior)

Esta tarea incluye la venta creativa de productos y servicios.

c) Apoyo a la venta personal

Involucra una serie de actividades que apoyan a los vendedores que obtienen pedidos.

4) Venta por teléfono (telemarketing)

Este tipo de venta consiste en iniciar el contacto con el cliente potencial por teléfono y cerrar la venta por ese mismo medio.

5) Venta online (en línea o por internet)

Este tipo de venta consiste en poner a la venta los productos o servicios de la empresa en un sitio web en internet.

6) Venta por correo o (correo directo)

Este tipo de venta consiste en el envío de cartas de venta, folletos, catálogos, vídeos, Cds y/o muestras del producto a los clientes potenciales mediante el correo postal, pero con la característica adicional de que se incluye un "formulario de pedido" para que la persona interesada efectúe la compra, ya sea enviando el formulario por correo, realizando una llamada telefónica o ingresando a una página web para hacer efectivo el pedido.

4. Promoción

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de venta o venta personal, publicidad, relaciones públicas, y comunicación interactiva (Marketing directo por email, catálogos, webs, telemarketing, etc.). (MC.CARTHY, E. 1984).

J. ESTRATEGIA

La estrategia son principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos. Se pueden distinguir tres tipos de estrategias, de corto, mediano y largo plazos según el horizonte temporal. Su adaptación a esquemas de planeación obedece a la necesidad de dirigir la conducta adecuada de los agentes económicos, en situaciones diferentes y hasta opuestas. En otras palabras constituye la ruta a seguir por las grandes líneas de acción contenidas en las políticas nacionales para alcanzar los propósitos, objetivos y metas planteados en el corto, mediano y largo plazos. (GONZALEZ, C. 2009)

K. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

El análisis económico financiero consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectiva de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas en el momento oportuno. Constituyen una forma de información sobre la marcha de la entidad. Tanto a los interesados internos de la dirección como a los externos: bancos, acreedores y a organismos globales, así como para fines fiscales.

El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras. La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender la profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

La información contable o financiera es componente de un estado financiero tiene un significado y en efecto dentro de la estructura contable y financiera de la empresa, efecto que se debe identificar y de ser posible cuantificar, para así poder proyectar soluciones o alternativas para enfrentar los problemas o para idear estrategias encaminadas a aprovechar los aspectos positivos.

Existe un gran número de indicadores y razones financieras que permiten realizar un completo y exhaustivo análisis de una empresa. Muchos de estos indicadores no son de mayor utilidad aplicados de forma individual o aislada, por lo que es preciso recurrir a varios de ellos con el fin de hacer un estudio completo que cubra todos los aspectos y elementos que conforman la realidad financiera y permite que la contabilidad sea útil a la hora de tomar las decisiones. (SIERRA, G. ; LÓPEZ H., 2011)

L. COMPONENTES DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

Según la guía metodológica para la formulación de proyectos propuesta por MUÑOZ, E. (2011) un análisis económico debe contar con las siguientes componentes:

1. Activo fijo

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. Se encuentran situados en la parte derecha del balance de situación. También se incluyen dentro del activo fijo las inversiones en acciones, bonos y valores emitidos por empresas afiliadas.

El activo fijo se clasifica en tangible los elementos que pueden ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, etc. e intangible, que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, etc.

2. Activo diferido

Está integrado por valores cuya recuperación está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo. En el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos, así se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc.

Representa erogaciones que deben ser aplicadas a gastos o costos de periodos futuros, por lo que tienen que mostrarse en el balance a su costo no devengado, es decir, se acostumbra mostrar únicamente la cifra neta y no la cantidad original.

Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización. En este grupo, se clasifican los siguientes conceptos: (LEÓN, C. 2012)

- Los costos y gastos en que se incurre, durante las etapas de organización, exploración, construcción, instalación, montaje y puesta en marcha.
- Los costos y gastos ocasionados en la investigación y desarrollo de estudios y proyectos.
- Las mejoras a propiedades tomadas en arrendamiento.
- Los útiles y papelería.
- El impuesto de renta diferido, ocasionado por las diferencias temporales entre la utilidad comercial y la renta líquida fiscal, en virtud de la no deducibilidad de algunos gastos contable, tales como provisiones por cartera en exceso de los límites establecidos por la legislación fiscal, protección de inversiones, bienes recibidos en pago, causación del impuesto de industria y comercio y gastos estimados para atender contingencias.
- Sobre este punto, tal parece que en la práctica no debería existir impuesto de renta diferido de naturaleza activa, por cuanto los ejemplos señalados en el Plan Único de Cuentas, y transcritos aquí literalmente, son diferencias de carácter permanente y no temporal pues, de

una parte, si un gasto es no deducible en un año, mal podría solicitarse en períodos posteriores como ocurre en los excesos de provisiones o en los gastos estimados para posibles contingencias.

- Publicidad, propaganda y promoción.
- Contribuciones y afiliaciones, diferentes a suscripciones en publicaciones periódicas
- pues estas últimas deberán clasificarse como gastos pagados por anticipado, es decir, como partidas monetarias no ajustables por inflación.
- La amortización de los cargos diferidos se efectúa de acuerdo a las instrucciones contenidas en el Plan Único de Cuentas:
- Por concepto de organización y pre-operativos y programas para computador (software) en un período no mayor a cinco y a tres años, respectivamente.
- Por concepto de organización y pre-operativos, en función directa con el consumo.
- Las mejoras a propiedades tomadas en arrendamiento, en el período menor entre la vigencia del respectivo contrato, sin incluir sus prórrogas y su vida útil probable.
- El impuesto de renta diferido, de naturaleza débito por diferencias temporales, en el momento mismo que se cumplan los requisitos de ley, según la índole de la deducción o cuando desaparezcan las causas que la originaron.
- Publicidad y propaganda, durante un período de tiempo igual al establecido para el ejercicio contable.
- Contribuciones y afiliaciones.
- Otros conceptos, durante el tiempo estimado de recuperación de la erogación o de obtención de los beneficios esperados. (LEÓN, C. 2012)

3. **Capital de trabajo**

El capital de operación constituye todos aquellos recursos disponibles en una empresa para la normal operación de la misma desde el inicio de su funcionamiento. Esta forma parte de los activos corrientes. El capital cubrirá los gastos en que incurre la empresa, como es la compra de materia prima y de materiales directos, pago de mano de obra, además podrá cubrir los gastos de

administración y ventas, hasta que se normalice el flujo de ingresos por ventas, que para el proyecto serán tres meses. (JOUVE, V.; ARIAS, G. 2012)

4. Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Existen varias fuentes de financiación en las empresas y se puede categorizar según DRUKARCZYK, J. (2008) de la siguiente manera:

a. Según su plazo de vencimiento

1) Financiación a corto plazo

Es aquella cuyo vencimiento o el plazo de devolución es inferior a un año, algunos ejemplos son el crédito bancario, la línea de descuento, financiación espontánea, etc.

2) Financiación a largo plazo

Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es superior a un año o no existe obligación de devolución (fondos propios). Algunos ejemplos son las ampliaciones de capital, autofinanciación, fondos de amortización, préstamos bancarios, emisión de obligaciones, etc.

b. Según su procedencia

1) Financiación interna

Reservas, amortizaciones, etc. Son aquellos fondos que la empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa).

2) Financiación externa

Financiación bancaria, emisión de obligaciones, ampliaciones de capital, etc. Se caracterizan porque proceden de inversores (socios o acreedores).

c. Según los propietarios

- 1) Medios de financiación ajenos: créditos, emisión de obligaciones, etc. Forman parte del pasivo exigible, porque en algún momento deben devolverse (tienen vencimiento).
- 2) Medios de financiación propia: no tienen vencimiento a corto plazo. (DRUKARCZYK, J. 2008)

5. Cálculo de depreciación

Según SPILLER, EARL A.; GOSMAN, M (1998) el cálculo de depreciación tiene en cuenta estos 4 importantes conceptos que listamos a continuación:

a. El valor a depreciar

Está basado en el coste de adquisición, teniendo en cuenta siempre el coste de recuperación. Ya que el empresario puede una vez terminada la vida útil del activo, venderlo como chatarra o como material de reciclaje.

b. El valor de recuperación

Este es el valor que hablábamos en el apartado anterior. La empresa puede estimar que una vez terminada la vida útil del bien, éste puede aún tener algún tipo de valor, ya sea por venta a los países del tercer mundo, o por venta como chatarra o venta para piezas de repuestos.

c. Vida útil

Es la duración estimada en la el activo o bien será considerado como productivo. Puede medirse en años, o en horas de productividad.

d. El método que se aplica en cada caso

En función de si la depreciación se mide por productividad o en función del tiempo, existen diversos métodos para el cálculo de la depreciación. (SPILLER, EARL A.; GOSMAN, M. 1998)

1) Método de depreciación en línea recta

También recibe el nombre de método "lineal" o "constante", admite que la depreciación es una función constante del tiempo y que las causas que la provocan tienen efectos continuos y homogéneos El cálculo que debe efectuarse es el siguiente Valor a depreciar dividido para la vida útil estimada dando como resultado la cuota de depreciación

2) Método de depreciación creciente

Este método supone que el desgaste que se produce es inferior en los primeros años y que aumenta progresivamente con el correr del tiempo

3) Creciente por suma de dígitos

Este método establece que la cuota de un período es igual a la proporción del valor a depreciar que surge de relacionar la cantidad de los años que faltan depreciar con la suma de los números de 1 a n, siendo n el total de años estimados de vida útil

4) Creciente por porcentajes anuales progresivos

Este método consiste en la elevación creciente del porcentaje anual sobre el valor a depreciar, por ejemplo se calculará la depreciación aplicando en el primer año un porcentaje del 18 % que irá aumentando un punto en cada período sucesivo, hasta llegar al 22 %

5) Método de depreciación decreciente

Este método determina cuotas de depreciación con disminución progresiva hacia los últimos años de la vida útil

6) Decreciente por suma de dígito

La técnica es la misma que en el método de depreciación creciente, pero se aplica en sentido inverso

7) Decreciente a porcentaje fijo sobre saldo

Para el cálculo de la cuota no se considera el valor de recupero y el porcentaje, que duplica el que se utiliza con el método de línea recta, se aplica en cada ejercicio sobre el saldo inicial.

El bien no llega a ser depreciado totalmente, si bien el saldo que permanece se va acercando a cero. (KIESO, D.; WEYGANDT J.1997)

e. Vida útil de los activos fijos

Hablando siempre en términos de contabilidad, y desde el punto de vista de la depreciación, se establece la vida legal de un activo desde el momento en que se compra y se empieza a explotar, hasta la fecha en la que alcanza la depreciación total o que el empresario estima necesario suplantarlo o deshacerse de él.

Algunos ejemplos:

- Edificios: 20 años
- Mobiliario: 10 años
- Maquinaria y herramientas: 10 años
- Vehículos de empresa: 5 años

Estos datos son orientativos y estimados, lo que no significa que el empresario pueda deshacerse de su vehículo al cuarto año si así lo desea o al décimo año. Son muchos los factores que afectan a la depreciación de los activos fijos, por lo que no existen reglas exactas de la depreciación.

En el caso de un vehículo, se estima que cada año pierde un 20% de su valor, por lo que resulta orientativo considerar que en 5 años se depreciará al 100%. (DEPRECIACIÓN. NET. 2012)

6. Amortización

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos.

Se emplea referido a dos ámbitos diferentes casi opuestos: la amortización de un activo y la amortización de un pasivo. En ambos casos se trata de un valor, con una duración que se extiende a varios periodos o ejercicios, para cada uno de los cuales se calculan una amortización, de modo que se reparte ese valor entre todos los periodos en los que permanece.

Amortizar es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que se entrega sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda.

Desde el punto de vista financiero, se entiende por amortización, el reembolso gradual de una deuda. La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un pasivo, cuyo importe

se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo. La parte del capital prestado (o principal) que se cancela en cada uno de esos pagos es una amortización. (DÍAZ, A.; AGUILERA V. 1998)

7. Presupuestos de costos y gastos

La palabra presupuesto se deriva del verbo presuponer, que significa "dar previamente por sentado una cosa. Se acepta también que presuponer es formar anticipadamente el cómputo de los gastos o ingresos de unos y otros, de un negocio cualquiera. (COTRINA, S. 2009)

El presupuesto es la expresión cuantitativa de un plan de acción y una ayuda la coordinación y la ejecución. Los presupuestos se pueden crear para la organización en general o para cualquier subunidad. El presupuesto maestro resume los objetivos de todas las subunidades de una organización: ventas, producción, distribución y finanzas.

El presupuesto de gastos presenta las actividades primarias emprendidas por una unidad y asigna un valor en dólares a cada una. (SOLIS, R.; HERNÁNDEZ, L.; AMUNDARAIN, L. 2011)

a. Presupuesto de costos

Según COTRINA, S. (2009) en toda actividad productiva al ofrecer fabricar un producto o prestar un servicio se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirecta, dentro los elementos del costo están:

1) Costo de la mano de obra directa

Relacionado con el personal que trabaja directamente con la fabricación del producto y la remuneración que percibe por dicha actividad, así tenemos a los operarios, obreros, ayudantes, etc. (COTRINA, S. 2009)

2) Costo de insumos

Constituida por el valor monetario de la materia prima o insumos que se consume en el proceso de producción. (COTRINA, S. 2009)

3) Costo indirecto de fabricación (CIF)

Son aquellos recursos que participan indirectamente en la fabricación del producto o del servicio, así tenemos: seguro, mantenimiento, artículos de limpieza, depreciación, etc. (COTRINA, S. 2009)

b. Presupuesto de gastos

Según SOLIS, R.; HERNÁNDEZ, L.; AMUNDARAIN, L. (2011), los gastos deberán dividirse en los siguientes rubros: costo primo, gastos de prestación de servicios, gastos de administración y ventas y gastos financieros.

1) Costo primo

Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa, tales como las materias primas, otros materiales directos, mano de obra directa.

2) Gastos de prestación de servicios

Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación de instalaciones, maquinaria y equipo, amortización de activos diferidos, impuestos directos (propiedad) e indirectos (como el de ventas que se paga por los insumos) y otros gastos de ejecución.

3) Gastos de administración y ventas

Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales. También se incluye una estimación mensual para teléfonos, fax, correo, la depreciación que se carga aquí solo es sobre las instalaciones y equipos que se utilizan para la venta de los productos. En los gastos de administración y venta se incluyen gastos como seguros, gastos de oficina, gastos generales, viáticos, comisiones sobre ventas, promoción y publicidad.

4) Gastos financieros

Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto. Para los efectos del cálculo se debe tener cuidado, en cargar o diferir el pago de los intereses causados durante los años de gracia, lo cual depende de las características del financiamiento.

Lo importante en el proceso de la venta no es que el Margen sea alto o bajo por sí mismo, sino que no impida la posibilidad de que el producto o servicio se vendan. (SOLIS, R.; HERNÁNDEZ, L.; AMUNDARAIN, L. 2011)

8. Presupuesto de ingresos

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas.

9. Estado de resultados

El Estado de Resultados conocido como balance de pérdidas y ganancias, es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el periodo contable. De esta manera la utilidad (pérdida) se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias.

Desde el punto de vista del inversionista (sea acreedor o accionista), el estado de resultados es visto como el instrumento que lo provee de un "Índice de eficiencia". Las utilidades son generalmente, asociadas con eficiencia en las operaciones y las pérdidas, al contrario, se asocian con ineficiencia.

La contabilidad financiera utiliza el enfoque de ingresos y gastos para determinar la utilidad del ejercicio. Sin embargo, eso no quiere decir que sea la única manera o la mejor manera de determinarla. Las opiniones pueden dividirse al respecto. (SOLIS, R.; HERNÁNDEZ, L.; AMUNDARAIN, L. 2011)

a. Elaboración

Para su elaboración las cuentas que en él intervienen se van clasificando de forma tal que se va observando de forma escalonada y lógica como se va determinando los diferentes resultados o beneficios hasta llegar al beneficio o utilidad del periodo como expresión máxima del resultado obtenido por la gestión y explotación del ciclo de producción o servicio de la empresa. De igual forma se procederá en el caso de que el resultado sea pérdida.

En si el estado de resultado es el método contable de determinación del beneficio o pérdida como una adecuada ordenación de su proceso formativo. Para ello el punto de partida de este estado son las ventas o ingresos como forma en que se materializa el fruto final del producto o servicio razón de ser de la empresa. Como es lógico para la obtención de este producto o servicio la empresa ha tenido que incurrir en determinados gastos que en la terminología contable recibe el nombre de

costo de venta. Si al importe de las ventas se le deduce su costo se obtiene el primer resultado medible para la empresa que es la utilidad o pérdida bruta en ventas.

Este indicador es de gran importancia para la empresa pues el mismo nos permite realizar un primer juicio acerca de que si en el momento de fijar el precio de venta del producto o servicio, este responde a los parámetros y objetivo trazados por la empresa. Sin embargo los gastos que conforman el costo de venta no son los únicos en que incurre la empresa, ésta también tiene que asumir otro conjunto de gastos que no forman parte del costo pero que también están vinculados al proceso de venta. Estos gastos se les clasifican como gastos de distribución y ventas que al deducirlo de la utilidad o pérdida bruta en ventas se obtiene la utilidad o pérdida neta en ventas.

Posteriormente se agrupa otro conjunto de gastos representativos del resto de las áreas de la empresa que aunque no están vinculados directamente con las ventas son gastos que la empresa tiene que asumir y que corresponden a las áreas de administración, servicio, mantenimiento no vinculado directamente a los gastos indirectos de producción, etc. Estos gastos se clasifican como gastos de administración y que al deducirlos de la utilidad o pérdida neta en ventas se obtiene la utilidad o pérdida neta en operaciones.

Cabe señalar que existen autores que establecen las mismas divisiones en cuenta a los gastos pero no obtienen la utilidad o pérdida neta en ventas y de la utilidad o pérdida bruta en venta le deducen ambos importes y obtienen directamente la utilidad o pérdida neta en operaciones. El siguiente paso consiste en deducir los gastos financieros, eventuales o extraordinarios e incrementar los ingresos por esos mismos conceptos para así obtener la utilidad o pérdida antes de impuestos. Posteriormente se le deducirán los impuestos para finalmente obtener la utilidad o pérdida después de impuestos o utilidad o pérdida del periodo cuyo importe afectará el patrimonio de la empresa como resultado del ejercicio económico concluido.

En el estado de resultado de cierre de año una vez determinada la utilidad del periodo se detallará la distribución de la utilidades de acuerdo a los por cientos y partidas establecida en los planes de la empresa. (SOLIS, R.; HERNÁNDEZ, L.; AMUNDARAIN, L. 2011)

10. Flujo de caja

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés *cash flow*) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- a. Problemas de liquidez, el ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- b. Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- c. Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

- a. Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
- b. Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (Ej.: la compra de maquinaria nueva, inversiones o adquisiciones.)
- c. Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos. (BREALEY, M. 2008)

11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por ventas ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. (NARRO SERRANO, J. 2009)

Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; donde IT son los ingresos totales, CT los costos totales, P el precio por unidad, Q la cantidad de unidades producidas y vendidas, CF los costos fijos, y CV los costos variables. Entonces: Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplica la siguiente fórmula:

$$Q_c = CF / (PV - a)$$

Dónde:

- Q_c = punto muerto = N° de unidades producidas y vendidas para que el Beneficio sea igual a cero.
- CF = Costos fijos.
- PV = Precio de venta unitario del producto.
- CVT = Costos variables totales.
- a = Costo variable unitario.
- B° = Beneficio.
- I = Ingresos Totales.
- C = Costos Totales. (NARRO SERRANO, J. 2009)

M. COMPONENTES DEL ANÁLISIS FINANCIERO

Siguiendo la metodología propuesta por MUÑOZ, E. (2011) propone que para el análisis financiero existen indicadores como son:

1. Valor actual neto

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés *net present value*), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo

seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad. LÓPEZ (DUMRAUF, G. 2006)

a. Interpretación del VAN

$VAN > 0$ El proyecto presenta rentabilidades superiores a la renta fija sin riesgo. Se debe aceptar el proyecto

$VAN = 0$ El proyecto iguala la rentabilidad de la renta fija sin riesgo, se deben de tener en cuenta para aceptarlo determinadas beneficios de tipo imagen de marca, posicionamiento empresa, etc.

$VAN < 0$ El proyecto no mejora la rentabilidad de la deuda del Estado, no debe aceptarse. (RANKIA, 2012)

2. Relación beneficio costo

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

$$B/C = VAI / VAC$$

Según el análisis costo-beneficio, un proyecto o negocio será rentable cuando la relación costo-beneficio es mayor que la unidad. (BACA URBINA, G. 2007)

Los pasos necesarios para hallar y analizar la relación costo-beneficio son los siguientes:

a. Relación costo y beneficio

Es necesario tener la proyección de los costos de inversión o costos totales y los ingresos totales netos o beneficios netos del proyecto o negocio para un periodo de tiempo determinado.

1) Convertir costos y beneficios a un valor actual

Debido a que los montos proyectados no toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo (hoy en día tendrían otro valor), hay que actualizarlos a través de una tasa de descuento.

2) Hallar relación costo-beneficio

Se obtiene dividiendo el valor actual de los beneficios entre el valor actual de los costos del proyecto.

3) Analizar relación costo-beneficio

Si el valor resultante es mayor que 1 el proyecto es rentable, pero si es igual o menor que 1 el proyecto no es viable pues significa que los beneficios serán iguales o menores que los costos de inversión o costos totales.

4) Comparar con otros proyectos

Si se tiene que elegir entre varios proyectos de inversión, teniendo en cuenta el análisis costo-beneficio, se elige aquél que tenga la mayor relación costo-beneficio. (BACA URBINA, G. 2007)

3. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. (EHRHARDT, M. ; BRIGHAM, E. 2007)

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza. (MEZA OROZCO, J. 2008)

La tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión dónde: Si $TIR \geq r \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad). Si $TIR < r \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. r representa el costo de oportunidad.

Si dos proyectos son excluyentes solo se puede llevar a cabo uno de ellos, generalmente, la opción de inversión con la TIR más alta es la preferida, siempre que los proyectos tengan el mismo riesgo, la misma duración y la misma inversión inicial. Si no, será necesario aplicar el criterio de la TIR de los flujos incrementales. (HAMILTON, W.; MARTÍN; P.; PAREDES, A. 2005)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Osnabrück, Distrito Baja Sajonia, Alemania.

2. Ubicación geográfica

Osnabrück se encuentra a 50 km de Münster, 100 km de Dortmund en el sur, a 100 km de Hanóver en el este y a 60 km de Países Bajos en el oeste.

La ciudad está situada entre las dos sierras de media montaña Wiehengebirge y Teutoburger Wald, donde representan las últimas colinas antes de llegar a la llanada del norte de Alemania y Países Bajos en el oeste.

La ciudad de Osnabrück se localiza en las siguientes coordenadas geográficas:

Longitud: 8° 3' 2" oriental

Latitud: 52° 16' 28" septentrional

Altura: 64 m.s.n.m (MECKEL B, 2010)

3. Características climáticas

El clima Osnabrück está influenciado por las corrientes marítimas, se caracteriza por tener veranos frescos, inviernos suaves, nubosidad fuerte, así como también alta humedad del aire.

En verano la temperatura puede elevarse a más de 30 ° C, mientras que en invierno pueden caer por debajo de cero grados centígrados con la presencia de nieve. El otoño es la estación más

húmeda por lo general, con una temperatura promedio de 8 grados centígrados. En primavera la temperatura media es generalmente más de 10 grados centígrados durante el día.

Sin embargo el clima también está influenciado a nivel continental, dado que anualmente las precipitaciones son superiores que la evaporación (HARMS, F. 1984).

La precipitación anual de Osnabrück es de 822 mm anuales, la temperatura máxima media es de 12.6 °C y la temperatura mínima media es de 5.4 °C con una temperatura promedio de 9. 0 °C. Osnabrück tiene 181 días con precipitación por año y 1436 días de sol al año. (ESTACIÓN METEOROLÓGICA 103170, 2011).

En el siguiente cuadro se puede observar la temperatura y precipitación por mes:

Cuadro No.01: Temperatura, precipitación y horas de sol de Osnabrück

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Temperatura máx. °C	3	4	8	12	17	20	21	21	18	14	8	4
Temperatura mín. °C	-1	-1	1	4	8	11	13	12	10	7	3	0
Precipitaciones mm	67	54	54	57	65	81	88	80	67	58	69	82
Días con precipitaciones	16	14	13	14	14	15	16	15	14	15	17	18
Horas de sol	42	64	106	149	194	200	179	175	140	102	50	35

(CLIMATE DATA, 2012)

4. Clasificación ecológica

Alemania se encuentra localizada en la zona climática templada y se caracteriza por tener estaciones bien definidas con sus particulares temperaturas y vegetación. La ciudad y los alrededores de Osnabrück pertenecen a la subregión templada cálida (HEINRICH W. 1999)

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

- Hojas papel bond
- Lápiz
- Esferos
- Libreta de campo
- CD
- Marcadores
- Copias
- Archivador

2. Equipos

- Computadora
- Scanner
- Impresora
- Cámara digital
- Flashmemory 1GB
- GPS.
- Proyector
- Puntero laser

C. METODOLOGÍA

Para la presente investigación se trabajó con el método no experimental de campo en donde reunió información primaria (encuestas, observación de campo, entrevistas) e información proveniente de fuentes secundarias, (libros e internet) posteriormente se procedió de acuerdo a los objetivos planteados:

1. Validar el estudio de mercado alemán susceptible a ser captado por la oferta turística ecuatoriana

a. Análisis de la demanda

Para la realización del presente trabajo de investigación se validaron los resultados del “ESTUDIO DEL MERCADO ALEMAN PARA EL DESTINO TURÍSTICO ECUADOR” de Daniela Fassler, realizado en los meses de septiembre del 2012 hasta febrero del 2013 en la ciudad de Osnabrück – Alemania, correspondiente a las practicas preprofesionales II, que se encuentran en la biblioteca de la Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

En este estudio se consideró como universo 132 803 personas, que corresponden a la población económicamente activa de la ciudad de Osnabrück - Alemania, a partir de 14 años de edad, la muestra se determinó mediante la aplicación de la fórmula de SPIEGEL, M. (1998):

$$n = \frac{N * P * q}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p * q)}$$
$$n = \frac{132\,803 * 0.5 * 0.5}{(132\,803 - 1) * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$
$$n = \frac{33200.75}{86.42 + 0.25}$$
$$n = \frac{33200.75}{86.67}$$
$$n = 384$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio (132 803)

e: margen de error o precisión admisible (5%)

k: constante de corrección de error (1,96)

p: constante de varianza proporcional (0,5)

q: contantes de varianza proporcional (0,5)

Una vez aplicadas las encuestas en alemán (ANEXO 1 y 2) se procedió a la sistematización, e interpretación de los resultados para poder determinar el perfil del turista.

b. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta existente se elaboró una lista de las tour operadoras de las ciudades más importantes de Alemania (Berlín, Hamburg, Frankfurt, Múnich, Colonia, Munster, Osnabrück, entre otras) que venden paquetes turísticos al Ecuador.

Mediante una matriz se compiló información de la oferta nombre de la operadora, atractivos turísticos que oferta de Ecuador, número de días de recorrido, precios, servicios que incluye, servicios que no incluye y las condiciones de pago. (ANEXO 3).

Los datos recopilados sirvieron para realizar un análisis comparativo de la oferta determinando sus ventajas competitivas.

c. Análisis de competencia

Se identificaron destinos turísticos a nivel mundial que prefiere el mercado alemán, para esto se analizaron documentos de la asociación alemana de viajes DRV (Deutschen Reise Verband) / y de la feria internacional de turismo (ITB 2011), en donde presentan datos y cifras del mercado

turístico alemán y las preferencias de destino, con estas cifras se obtuvo una visión más clara de los países que generan competencia al Ecuador.

d. Confrontación de la oferta vs demanda

En la confrontación de la oferta y la demanda se utilizó el método de incremento compuesto para lo cual se siguieron los siguientes pasos:

Primero aplicación de la fórmula $co = cn (1+i)^n$ para proyectar la demanda de los próximos 5 años, segundo la proyección de la oferta, tercero el cálculo de la demanda potencial insatisfecha que se obtuvo de la resta de la demanda menos oferta. También se consideró el número de turistas alemanes que recibe anualmente el Ecuador y el porcentaje de incremento, calculando así el número de turistas que viajan independientemente para posteriormente obtener la demanda insatisfecha y la demanda objetiva con el fin de diseñar los productos turísticos capaces de satisfacer las necesidades del mercado alemán.

1. Diseñar paquetes turísticos para el mercado alemán

Los paquetes turísticos se diseñaron de acuerdo a las condiciones del estudio de mercado tomando la estructura técnica establecida en el texto básico de Paquetes Turísticos (TIERRA, P. 2010):

1. Nombre del paquete
2. Duración
3. Carácter
4. Tiempo de las actividades
5. Introducción al lugar a visitar e itinerarios
6. Atractivos turísticos
7. Servicios que incluye
8. Servicios que no incluye

9. Precio (por número de pasajeros – rango pax)
10. Cálculo de umbral de rentabilidad
11. Mapa de la ruta
12. Fotografías de los atractivos

2. Plantear estrategias de comercialización de los productos turísticos

Se plantearon estrategias de comercialización de acuerdo al Marketing mix planteado por MC CARTHY E. (1984) en donde se desarrollará en base a las 4 componentes:

- a. Producto
- b. Precio
- c. Plaza
- d. Promoción

Las estrategias de comercialización pretenden desarrollar ventajas competitivas para la colocación en el mercado de los productos diseñados, con la finalidad de que estos sean accesibles para los clientes potenciales.

3. Determinar la factibilidad económica y financiera de la oferta

Para determinar la factibilidad económica se tomó como referencia el documento “Formato para la presentación de proyectos a nivel de estudios de factibilidad” de MUÑOZ, E. (2011) que contiene los siguientes componentes:

a. Análisis económico

- 1) Activo fijo, diferido y capital de trabajo
- 2) Fuentes de financiamiento y usos de fondos
- 3) Cálculo de depreciación
- 4) Cálculo de amortización

- 5) Presupuestos costos y gastos
- 6) Presupuesto de ingresos
- 7) Estado de resultados (balance de pérdidas y ganancias)
- 8) Flujo de caja
- 9) Cálculo del punto de equilibrio

b. Análisis financiero

Para el análisis financiero se elaboró mediante el cálculo y análisis de:

- 1) Valor actual Neto
- 2) Relación beneficio costo
- 3) Tasa interna de retorno

V. RESULTADOS

A. VALIDAR EL ESTUDIO DE MERCADO ALEMÁN SUSCEPTIBLE A SER CAPTADO POR LA OFERTA TURÍSTICA ECUATORIANA

Para la realización del presente trabajo de investigación se validó el “ESTUDIO DEL MERCADO ALEMAN PARA EL DESTINO TURÍSTICO ECUADOR” de Daniela Fassler realizado en los meses de septiembre del 2012 de febrero del 2013 correspondiente a las practicas preprofesionales II que se encuentran en la biblioteca de la Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

1. Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se identificó como universo 132.803 personas de la ciudad de Osnabrück - Alemania, que corresponden a la población económicamente activa a partir de los 14 años, (Equipo de desarrollo estratégico urbano y estadística Osnabrück 10/ 2012) en función de éste, se calculó el tamaño de la muestra que correspondió a 384 encuestas (ANEXO 1 y 2) que fueron aplicadas en la ciudad de Osnabrück en los meses de septiembre, octubre y noviembre, obteniendo los siguientes resultados:

a. Perfil demográfico

De los turistas alemanes el 63% corresponden al género femenino y el 37% masculino, se encuentran en un rango de edad de 25 a 33 años (35%), 43 a 51 años (19%), 34 a 42 años (17%), 61 a 69 años (12%), 52 a 60 (10%), 70 a 79 años (1%) y finalmente el 6 % de 16 a 24 años.

En Alemania terminar los estudios secundarios es obligatorio por tanto, del segmento de mercado escogido el 31% poseen solo títulos secundarios, el 50% de tercer nivel, donde se incluyó estudios profesionales técnicos y universitarios, cabe recalcar que en Alemania no todas las carreras se pueden estudiar en la universidad y existen escuelas superiores que ofrecen carreras

técnicas profesionalizadas en diferentes áreas, siendo el equivalente a una tecnología, finalmente el 19% posee títulos de cuarto nivel.

b. Perfil del turista

Del segmento de mercado analizado el 41% viaja cada año al extranjero y el principal motivo de viaje es por vacaciones (67%), sus viajes lo realizan acompañados principalmente de su pareja (35%) o con la familia (29%), están dispuesto a gastar de 50 a 100 euros diarios (55%) y de 100 a 200 € (35%).

Dentro de la temporalidad de viaje los turistas alemanes viajan durante todo el año sin embargo la mayor cantidad lo hacen en verano (36%), disminuyendo la frecuencia de viaje en otoño (27%), primavera (25%), e invierno (12%).

Existe un alto desconocimiento sobre el destino Ecuador (82%) sin embargo el 81% estaría dispuesto a viajar, para lo cual dispone de 10 a 15 días (46%) y de 16 a 20 días (23%) para conocer el país. A los turistas les gustaría visitar sitios naturales (66%), además de conocer sobre la cultura (44%) y Galápagos (39%).

Dentro de las áreas naturales les gustaría visitar cascadas y lagunas (61%), además se interesan por la observación de flora y fauna (43%) y por los volcanes (38%). En el área cultural, les gustaría visitar comunidades indígenas (5%), se interesan por las manifestaciones culturales (41%) por la música y vestimenta (21%), también les gustaría visitar jardines botánicos (17%), museos históricos (25%) o simplemente relajarse en la playa (48%) o en aguas termales (12%), están interesados por practicar deportes incluyendo los de aventura, realizar trekking (27%), snorkeling o buceo (33%), rafting (16 %), climbing (11%), y finalmente biking (10%).

Los turistas alemanes prefieren organizar su viaje a través de una agencia de viajes u operadora de turismo (71%), les gustaría degustar la comida típica de la zona (50%) y alojarse en un hotel (49%) u hostería (23%), realizan sus pagos a través de la tarjeta de crédito (45%) y mediante

depósitos (31%), entre los principales medios de información que utilizan los turistas para decidirse sobre su destino de viaje están: el internet (63%), libros turísticos o guías de viaje (47%), familiares y amigos (28%).

2. Análisis de oferta

a. Agencias de viajes y Tour operadoras de Alemania

Alemania cuenta con más de 10 200 agencias de viajes con sede en Alemania es decir es una de las más amplias redes de agencias de viajes en el mundo. En Alemania hay más de 2.500 operadoras de turismo con estructuras principalmente para la clase media y abastece a grandes conglomerados de forma única en el mundo. (FUR, 2011)

b. Agencias de viajes en Osnabrück

En Osnabrück existen alrededor de 100 agencias de viajes de las cuales todas son sucursales de las grandes operadoras de turismo como DER Reisebüro, Cook Thomas, Sancarbarlaz, Thies Dana Reisebüro, Dr. Tigges, TUI, Deutsches Reisebüro. También existen operadoras turísticas más pequeñas como Go:Terra Travel que no pertenece a ninguna cadena.

c. Tour Operadoras que ofertan Ecuador

Para el análisis de oferta se consideraron tour operadoras que generaron ingresos económicos para Alemania, para lo cual se tomó como referencia bibliográfica el documento “Hechos y tendencias del mercado de viajes vacacionales y de negocios 2008”, donde existe una tabla con el Rankin de las operadoras más grandes que generaron millones de euros para Alemania, posteriormente se seleccionaron las operadoras que ofertan Ecuador, obteniendo como resultado que solamente el 22% de estas ofertan Ecuador, mientras que el 78% se enfocan principalmente lugares en Europa, Asia, Norteamérica.

Entre las operadoras más grandes que ofertan Ecuador se encuentran: Studiosus, Marco Polo, Gebeco, Wikinger, Mediplus, IkarusTours, Lernidee, Frosch Sportreisen, Orca reisen tiene convenio con Extratours, Chamäleon, Kiwi Tours.

Otras operadoras que ofertan Ecuador son: A&E erlebnis, Accept-Reisen, América Andina, Aventoura, Baviera Fernreisen, Dertour, Diamir, Erlebnisreisen, Ecuador Discover, Erlebe-Ecuador, Extratour, Go: Terra Travel, Karawane Reisen, Latusa-reisen, Lernidee Erlebnisreisen, Meier's Weltreisen, Miller , Nachhaltiger-reisen, Napur tours, Natur- und Erlebnisreisen, Papaya tours, Agencia de viajes Berlin, RuppertBrasil, Solecu Tours, TWR Latino-Tours, Viventura y Wikinger Reisen.

d. Número de paquetes turísticos ofertados por tour operadoras alemanas

Cuadro No. 02: Número de paquetes turísticos ofertados por tour operadoras alemanas

No.	Tour Operadora	Número de paquetes Turísticos
1.	A&E erlebnis:reisen	16
2.	Accept-Reisen GmbH & Co. KG	8
3.	América Andina GmbH & Co KG	26
4.	Aventoura	11
5.	Baviera Fernreisen GmbH, Bad Vilbel	20
6.	Chamäleon Reisen GmbH	24
7.	DERTOUR GmbH & Co.KG	4
8.	DIAMIR Erlebnisreisen GmbH	30
9.	Ecuador Discover/ Sommer Fernreisen	32
10.	Erlebe-ecuador Reiseveranstalter	12
11.	Extratour Tauch- & Kulturreisen GmbH	12
12.	Frosch Sportreisen GmbH	7
13.	Gebeco GmbH & Co KG	23
14.	IKARUS TOURS GmbH	31
15.	Karawane Reisen GmbH & Co. KG	14
16.	KIWI TOURS GmbH	8
17.	Latusa-reisen	6
18.	Lernidee Erlebnisreisen GmbH, Marketing	7
19.	Marco Polo Reisen GmbH	15
20.	Mediplus Reisen GRUPPE GmbH	10
21.	MEIER'S WELTREISEN	7
22.	Miller reisen	13

No.	Tour Operadora	Número de paquetes Turísticos
23.	Nachhaltiger-reisen.de	11
24.	Napur tours GmbH	3
25.	Natur- und Erlebnisreisen GmbH	8
26.	Papaya tours	37
27.	Reisebüro Berlin	5
28.	RuppertBrasil	12
29.	Solecu Tours GmbH	12
30.	Sprachcaffe Reisen GmbH	9
31.	Studiosus Reisen München GmbH	11
32.	TWR Latino-Tours	12
33.	VIVENTURA	17
34.	Wikinger Reisen GmbH	11
	TOTAL	484

Fuente: Página web de cada tour operadora

Como se puede observar en el cuadro No. 2 se analizaron 34 Tour Operadoras representativas para la economía alemana debido a su gran tamaño y que ofertan Ecuador.

Existen alrededor de 484 paquetes turísticos que son ofertados en Alemania, además el 90 % oferta paquetes de Ecuador continental combinado con las islas Galápagos.

e. Temporada de viaje

Las Tour Operadoras alemanas ofertan paquetes durante todo el año, sin embargo en noviembre, octubre y marzo existen mayor cantidad de oferta de paquetes turísticos como se puede observar en el gráfico No. 1.

Esto se debe principalmente a que las escuelas de Alemania tienen vacaciones de otoño (noviembre) además en esta fecha la gente prefiere salir a otros destinos para cambiar el clima y además por que los precios son más económicos por no estar dentro de temporada alta, al igual que las vacaciones de primavera (Marzo).

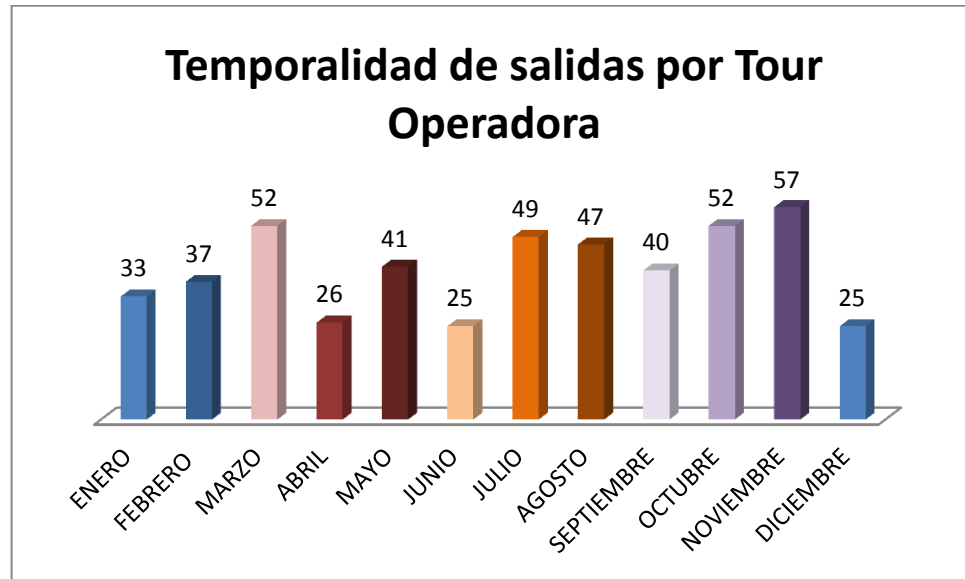


Gráfico No. 01: Temporalidad de salidas por Tour Operadora.

f. Comparación de productos entre operadoras turísticas

1) Paquetes ofertados

La mayoría de operadoras ofertan el recorrido Quito (centro histórico y Mitad del Mundo) posteriormente se dirigen a Otavalo (mercado indígena), laguna Cuicocha, se hospedan en Quito y al siguiente día conocen el Parque Nacional Cotopaxi, y se dirigen a la ciudad de Baños (ruta de las cascadas) posteriormente se hospedan en Riobamba para al siguiente día visitar la Nariz del Diablo e Ingapirca y llegar hasta Cuenca, en donde conocen el centro histórico y se dirigen al Parque Nacional El Cajas, se hospedan en Guayaquil para proceder a la visitación de las Islas Galápagos en donde pasan alrededor de 5 días donde realizan diversas actividades y visitan Baltra, Santa Cruz, Isabela, Floreana Seymour Norte, Plazas, Bartolomé, Santa Fe, Floreana.

Además la mayoría de las operadoras ofertan más de un paquete turístico en donde incluyen las Islas Galápagos con sus diversos cruceros e islas. En la costa visitan lugares como Mompiche, La Concordia, Mindo, Parque Nacional Machalilla, Isla de la plata, Ruta del café, el tren de Durán, Reserva Ecológica Mache Chindul y Machala.

En la Sierra norte visitan Ibarra, Salinas de Ibarra, Laguna Mojanda, El Ángel, Laguna Yanacocha y Burrococha, Volcán Yanaurco, Irugincho, Pasochoa, Plantación de rosas Noroccidente de Pichincha Pahuma, Mindo, Cuicocha, Cotacachi, Otavalo, Zuleta Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas. Dentro de la sierra centro se encuentran atractivos como Laguna Quilotoa, Pujilí, Reserva Faunística Chimborazo, Guamote, Alausí, además de sus diversos mercados. En la Sierra sur visitan lugares como Chordeleg, Parque Nacional Cajas, Parque Nacional Podocarpus.

En la Amazonía el río Napo, Parque Nacional Yasuní, Papallacta, Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Coca, Lago Agrio, San Francisco, Pablo Arena y sus diversos lodge ubicados en la Amazonía como por ejemplo Mashpi Lodge, Hakuna Matata Lodge, Garen Lodge, Sacha lodge, Tapir Lodge en Cuyabeno y Napo Wildlife Center. También se ofertan algunas actividades como trekking a nevados, trekking del Cóndor, rafting en Baños, cabalgatas y recorridos en bicicleta. (ANEXO 3).

2) Duración

La duración de los paquetes turísticos varía de acuerdo a la tour operadora, existen ofertas desde 6 días como mínimo hasta 25 días, en promedio los programas de viaje duran alrededor de 16 días.

3) Precio

Los precios varían de acuerdo a la operadora y al paquete ofertado, existen paquetes turísticos con precios que van desde 1000,00 hasta 7000,00 euros. En promedio los turistas alemanes deben programar alrededor de 3.912 euros para su viaje.

4) Servicios que incluyen

Dentro de los servicios incluidos en los paquetes está el hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas, alimentación de acuerdo al itinerario (por lo general siempre está incluido el desayuno y cena) mientras que en paquetes de Amazonía y en especial cruceros en Galápagos están todas las comidas incluidas, además de la guianza de habla alemana y en algunos casos solo en inglés, también ofrecen el servicio de transporte que cubre todas la actividades y sitios de visitación.

5) Servicios que no incluyen

La mayoría de las operadoras no incluyen en sus paquetes la entrada al Parque Nacional Galápagos (\$100) y la tarjeta de tránsito (\$10), algunos impuestos de salida en el aeropuerto de Guayaquil (\$28) y en el puerto Isabela (\$5), comidas y bebidas no mencionadas en el programa además de propinas y otros gastos personales.

6) Condiciones de las operadoras para la ejecución del tour

Entre las principales condiciones impuestas por las operadoras de turismo para la ejecución del paquete están: cumplir con el número mínimo de participantes, en caso de incumplimiento tienen el derecho de cancelar el viaje y se informa al cliente por lo menos con 21 días de anticipación.

El cliente debe hacer la reservación con un depósito del 10 al 20% y el saldo se deberá pagar en los 30 días antes de la salida. En caso de cancelación de los servicios, cada operadoras tiene una tabla con el número de días y porcentaje del precio que el cliente deberá pagar, esto varía entre operadoras por ejemplo de 120 a 91 días se devolverá el dinero menos el 20% del precio, 90 a 66 días el 30%, de 65 a 45 días el 75% , 44 a 30 días: 85% y 29 días el 90%, mientras que en otras operadoras necesitan cancelar 30 días antes de la salida (20%), 29 a 15 días (40 %), 14 a 7 días el (60%), 6 días (80%) y de 5 días hasta el día de salida o inasistencia el 95% del costo del viaje.

g. Tour operadoras alemanas que ofertan cruceros en el Ecuador

De las operadoras alemanas analizadas el 62,9 % ofertan diversos cruceros en las Islas Galápagos. (ANEXO 4 y 5)

Es importante destacar que la operadora Ecuador Discover es la que más oferta cruceros en Galápagos (28), seguido de Solecu tours (17), América Andina (12) y Nachhaltiger Reisen (10), el resto de operadoras ofertan desde un crucero hasta nueve.

Además, los cruceros de Galápagos más ofertados por las tour operadoras alemanas son:

Coral I y II (8), Galápagos Legend y Treasure of Galápagos (7), Aida María (6), Guantanamera, Journey I (Anahi), Samba (5), Encantada, Fragata, Golondrina, Santa Cruz, Yolita (4), Angelito, Estrella del mar, Galaven Yacht I, Galaxy, Galápagos Grand Odyssey, Galápagos Voyager, Mary Anne (3) y el resto de cruceros trabajan con una o dos operadoras.

Los cruceros tienen diferentes categorías y trabajan conjuntamente con operadoras específicas. (ANEXO 4)

3. Análisis de competencia

Para determinar la competencia de los productos turísticos que ofertan al Ecuador como destino turístico, se analizaron documentos de la asociación alemana de viajes DRV (Deutschen Reise Verband) / y de Feria Internacional de Turismo Berlín ITB 2011, en donde se presentan datos y cifras del mercado turístico alemán y las preferencias de destino de viajes a nivel mundial.

Los turistas alemanes prefieren vacacionar el extranjero el 68,8% mientras que en Alemania el 31,2%. En el 2011 a nivel mundial viajaron alrededor de 980 millones de turistas a los cinco continentes y se distribuyen de la siguiente manera:

Europa:	503 millones (51 por ciento)
Asia / Pacífico:	216 millones (22 por ciento)
América del Norte y América del Sur:	156 millones (16 por ciento)
Medio Oriente:	55 millones (6 por ciento)
África:	50 millones (5 por ciento)

(DVR / ITB BERLÍN, 2011)

Como se puede observar uno de los principales destinos para el mercado alemán es Europa y Asia debido a su cercanía y economía en los precios, solo el 16 por ciento tiene como destino América de norte y sur, dando como resultado una alta competencia para el Ecuador en cuanto a cantidad de demanda se refiere, cabe destacar que uno de los principales destinos elegidos por el mercado alemán dentro del continente americano es Estados Unidos seguido de México, Cuba, Costa Rica, por las facilidades de viaje y oferta turística que éstos presentan.

En Sudamérica existen otros destinos con ventajas competitivas como: Perú por su historia Inca, ciudades patrimoniales, arqueología existente y práctica de deportes como ciclismo alrededor de glaciares, lagos y volcanes; Brasil por la aventura en la selva amazónica, playas, casadas, y danzas típicas. Bolivia conocida por las ciudades patrimoniales, cordillera andina, el Lago Titicaca, el histórico Tiahuanaco y su variada cultura, Argentina por las cataratas de Iguazú la ciudad de Buenos Aires, además de la práctica de treking, rutas en bicicleta, tango, vino de Mendoza y la Patagonia.

4. Confrontación oferta - demanda

a. Cálculo de la demanda potencial

1) Proyección la demanda potencial para los próximos 5 años

Para la proyección de la demanda potencial de los cinco siguiente años se aplicó la fórmula en donde se tomó el universo de estudio multiplicado por el porcentaje de aceptación de la siguiente manera:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Dónde:

Universo = 132.803 Personas

Porcentaje de aceptación = 81,19 %

Porcentaje del universo que tiene aceptación (C_n) = 107.823

Incremento Poblacional (i) = 0,1% (Oficina Federal de Estadísticas de Alemania, 2011)

$$C_{2012} = 107.823$$

$$C_{2013} = 107\,823 (1 + 0,001)^1 = 107931$$

$$C_{2014} = 107\,823 (1 + 0,001)^2 = 108039$$

$$C_{2015} = 107\,823 (1 + 0,001)^3 = 108147$$

$$C_{2016} = 107\,823 (1 + 0,001)^4 = 108255$$

$$C_{2017} = 107\,823 (1 + 0,001)^5 = 108363$$

$$C_{2018} = 107\,823 (1 + 0,001)^6 = 108471$$

b. Número de turistas alemanes que recibe el Ecuador

El Ecuador en el año 2012 recibió 1'271.953 turistas de los cuales 29.582 son alemanes y presenta un incremento del 11%.

c. Proyección de la oferta (competencia)

Para la proyección de la oferta de los siguientes cinco años, se aplicó la fórmula $C_n = C_o(1+i)^n$ en donde:

El número de clientes anuales del 2012 fueron de 24.200 clientes y el porcentaje de incremento de turistas alemanes es de 4,1%

Cuadro No. 03: Proyección de la oferta

Año	# Clientes anuales
2013	25 192
2014	26 225
2015	27 300
2016	28 420
2017	29 585
2018	30 798

Como se puede observar en el cuadro No. 3 para el año 2015 la oferta contará con 27.300 clientes, mientras que en el año 2018 serán alrededor de 30.798 clientes anuales.

Además hay que considerar que existe un número de turistas independientes, el cual se calculó restando de los 29.582 turistas alemanes que llegaron al Ecuador en año 2012, menos los 24.200 turistas que viajan organizadamente desde Alemania, dan como resultado 5.382 viajeros independientes que visitan el Ecuador, una vez calculado este valor se proyectó para los próximos cinco años considerando un incremento de oferta del 11% que presentan los turistas alemanes (MINISTERIO DE TURISMO, 2012).

Cuadro No. 04: Viajeros independientes

Año	Viajeros independientes
2012	5382
2013	5974
2014	6631
2015	7361
2016	8170
2017	9069
2018	10067

Como se visualiza en el cuadro No. 4 existe un crecimiento en el número de viajeros independientes para el año 2018 que oscila alrededor de 10.067 personas.

d. Cálculo de la demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se consideró la demanda potencial de Alemania menos la oferta y el número de viajeros independientes que llegan al Ecuador, posteriormente se procedió a la proyección.

Cuadro No. 05: Demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Oferta (competencia) 4,1% viajes organizados	Viajeros independientes 11%	Demanda insatisfecha
2012	107823	24200	5382	78241
2013	107931	25192	5974	76764
2014	108039	26225	6631	75182
2015	108147	27300	7361	73486
2016	108255	28420	8170	71665
2017	108363	29585	9069	69709
2018	108471	30798	10067	67607

Como se puede observar en el cuadro No. 5 la demanda insatisfecha va en declive, debido a que el incremento poblacional de Alemania es de 0,1% cifra relativamente baja que no permite un crecimiento rápido de la población, por ende al pasar los años la demanda se mantiene constante mientras que el incremento de la oferta turística en el Ecuador aumenta apresuradamente (11%). Pese a los resultados existe un alto número de demanda insatisfecha para el año 2018.

e. Cálculo de la demanda objetivo

Para el cálculo de la demanda objetivo se consideró el 0,5 % de la demanda insatisfecha debido a que existe una demanda insatisfecha muy elevada.

Cuadro No. 06: Cálculo de la demanda objetiva

Año	Demanda actual	Oferta competencia (4,1%)	Viajeros independientes (11%)	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo (0,5%)
2012	132803	24200	5382	78241	391
2013	132936	25192	5974	76764	384
2014	133069	26225	6631	75182	376
2015	133202	27300	7361	73486	367
2016	133335	28420	8170	71665	358
2017	133468	29585	9069	69709	349
2018	133602	30798	10067	67607	338
2019	133735	32061	11174	65345	327
2020	133869	33375	12403	62910	315
2021	134003	34743	13767	60286	301
2022	134137	36168	15282	57456	287

Como se puede observar en el cuadro No. 6 la demanda objetivo presenta un declive, esto se debe a que la demanda se incrementa a un ritmo muy lento (0,1%), mientras que la oferta tiene un crecimiento elevado del 11%.

Esta condición obliga a considerar un incremento adicional del porcentaje de captación, para que la oferta resulte económicamente rentable con el pasar de los años.

B. DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA EL MERCADO ALEMÁN

Se diseñaron algunos paquetes turísticos que se describen a continuación:

1. Paquete Turístico No. 1

Cuadro No. 07: Paquete No. 1 “Der pass des Abenteuer” / “Al paso del aventurero”

Paquete No.01		
a. Nombre del paquete: “Der pass des Abenteuer” / “Al paso del aventurero”		
b. Código: DF-001	c. Carácter: Sol, playa y cultura	d. Dificultad: Moderada
e. Idioma de Guianza: Alemán		f. Duración: 15 Días 14 Noches
g. Tiempo de las actividades: 8 horas diarias		
h. Introducción al lugar a visitar e itinerarios		
<p>El paso de aventurero comienza al llegar a la ciudad de Quito en donde se visitará el Centro histórico categorizado por su riqueza colonial, también podrán colocar en el mismo sitio un pie al norte y otro al sur en la Mitad del Mundo, además de disfrutar de los diversos paisajes y ecosistemas que presenta este rincón del Ecuador, desde el paso por el volcán Pululahua, hasta llegar a Mindo lugar considerado por su abundante biodiversidad, la adrenalina se incrementa con el paso en la tarabita y las caminatas de observación de fauna silvestre. Al recorrer por la avenida de los volcanes se visitará el volcán Cotopaxi y Chimborazo llegando hasta el punto más cercano al sol y sitio que inspiró a Humboldt. El aventurero disfrutará de la magia del agua al conocer la laguna Quilotoa, ruta de las cascadas, diversas playas del inmenso Pacífico como General Villamil donde se avistarán delfines y fragatas (Puerto el Morro), Salinas y Montañita reconocida por sus grandes olas aptas para el surf. El paso por la comunidad de Agua Blanca y visita al Parque Nacional Machalilla, que permitirá la realización de algunos deportes de aventura como el snorkeling en la Isla de la Plata.</p> <p>Al finalizar la aventura se llega a la ciudad de Manta donde se toma un vuelo a Quito para el retorno a Alemania.</p>		
i. Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	07:00	Vuelo desde Alemania a Quito
	18:00	Arribo a la ciudad de Quito, bienvenida y transfer al hotel
	19:00	Cena en el hotel

2	07:00	Desayuno
	09:00	Visita al centro histórico de Quito
	12:00	Almuerzo
	15:00	Recorrido por Mitad del Mundo
	19:00	Cena en el hotel
3	07:00	Desayuno
	08:00	Visita al cráter Pululahua
	12:00	Almuerzo en Nanegalito
	14:00	Visita al museo Tulipe
	18:00	Check in en la Hostería Mindo
	19:00	Cena
4	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer al tarabita de Montaña
	09:00	Cruce en la tarabita de Montaña
	10:00	Caminata en Bosque Nublado
	11:00	Visita al Santuario de las cascadas
	12:00	Almuerzo
	13:00	Actividad libre (vóley, piscinas, hidromasaje, billar, juego de ping-pong)
	18:00	Concierto de ranas
	19:00	Cena
5	08:00	Desayuno
	09:00	Visita al Mariposario
	12:00	Almuerzo Nanegalito
	18:00	Check in hotel en la ciudad de Quito
	19:00	Cena
6	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado al Parque Nacional Cotopaxi
	10:00	Visita al Nevado Cotopaxi
	12:00	Almuerzo
	15:00	Visita a la laguna Quilotoa
	19:00	Hospedaje en la Ciénega
7	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado a la ciudad Baños
	10:00	Ruta de las cascadas Pailón del Diablo
	12:00	Almuerzo
	15:00	Shopping en Baños
	18:00	Hospedaje en el hotel en Baños
	19:00	Cena en el hotel
8	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado a Riobamba
	11:00	City tour Riobamba

	13:30	Almuerzo
	15:00	Visita a la Reserva Faunística Chimborazo
	19:00	Hospedaje en Hotel en la ciudad de Riobamba y cena
9	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer a Guayaquil
	12:00	Almuerzo en el Malecón 2000
	14:00	Vista la Cerro Santa Ana
	15:00	Transfer a Playas de Villamil
	16:00	Tour navegable en el Puerto El Morro
	19:00	Hospedaje en Playas de Villamil y cena
10	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer a Salinas
	11:00	Actividad libre
	12:00	Almuerzo
	15:00	Visita a la Chocolatera
	19:00	Traslado al hotel en Salinas y cena
11	07:00	Desayuno
	09:00	Transfer a Montañita
	10:00	Visita al Santuario
	12:00	Almuerzo
	14:00	Visita a la Cascada Alexander
	16:00	Paseo en caballo en Olón
	18:00	Traslado al hotel en Montañita y cena
12	08:00	Desayuno
	09:00	Transfer a Puerto López
	11:00	Visita a la Comunidad de Agua Blanca
	13:00	Almuerzo
	14:00	Recorrido por la playa de Los Frailes
	16:00	Traslado al hotel en Puerto López
	20:00	Cena
13	08.00	Desayuno
	09:00	Tour navegable a la Isla de la Plata
	10:00	Snorkeling
	12:00	Almuerzo
	15:00	Transfer a Manta
	16:00	Playa el Murciélago
	18:00	Traslado al hotel en Manta
	20:00	Cena
14	07:00	Desayuno
	09:00	Traslado al aeropuerto y vuelo a Quito
	15:00	Vuelo Quito – Alemania

15	08:00	Arribo en Alemania
j. Requerimientos para la visitas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Una mochila o cartera pequeña (para las visitas) ✓ Zapatos cómodos ✓ Loción bloqueadora ✓ Gorra o sombrero ✓ Ropa ligera y abrigada ✓ Repelente ✓ Sandalias ✓ Cámara de fotos ✓ Medicinas en caso de necesitarlas ✓ Documentos: Pasaporte original y copia para el registro 	
k. Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas alcohólicas ✓ Armas blancas y de fuego 	
l. Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Escuchar atentamente y respetar las instrucciones del guía durante las actividades ✓ Estar siempre pendiente de los objetos personales ✓ No arrojar basura, ni destruir ecosistemas ✓ No recolectar especies vegetales o animales ✓ No salir de los senderos en sitios inseguros ni alejarse del guía ✓ En caso de algún problema informar al guía 	
m. El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hospedaje en habitaciones dobles ✓ Alimentación ✓ Guianza ✓ Transporte terrestre en Ecuador continental ✓ Tours navegables ✓ Equipo para deportes de aventura ✓ Vuelos Frankfurt – Quito – Frankfurt ✓ Vuelos internos 	
n. No incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas alcohólicas ✓ Comidas y bebidas extras ✓ Servicios no especificados dentro del tour ✓ Propinas 	
o. Facilidades/ servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte privado ✓ Guía de habla alemana y un botiquín de primeros auxilios 	
p. Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar previamente con las comunidades en el ingreso de los pasajeros ✓ Los precios no incluyen IVA (12%) e impuestos por servicio (10%) ✓ Los paquetes grupales se ejecutarán a partir de 6 pasajeros, sin embargo no se descarta la opción de trabajar con menos pasajeros 	
q. Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precio calculado en base al número de pasajeros: ✓ 6 PAX: \$ 3 299 	

	✓ 8 PAX: \$ 3 145
	✓ 10 PAX: \$ 3060
	✓ 12 PAX: \$ 2 991

r. Atractivos turísticos

- | | |
|--|----------------------------|
| - Centro Histórico de Quito | - Guayaquil |
| - Mitad del mundo | - Playas de Villamil |
| - Visita al cráter Pululahua | - Salinas |
| - Visitas al museo Tulipe | - Montañita |
| - Mindo | - Santuario de Olón |
| - Caminata Bosque Nublado | - Cascada Alexander |
| - Visita al santuario de las cascadas | - Olón |
| - Visita al Mariposario | - Puerto López |
| - Parque Nacional Cotopaxi | - Comunidad de Agua Blanca |
| - Visita a la Laguna Quilotoa | - Isla de la Plata |
| - Baños | - Manta |
| - Ruta de las cascadas Pailón del Diablo | - Vuelo a Quito |
| - Riobamba | - Vuelo Quito – Alemania |
| - Reserva Faunística Chimborazo | - Arribo en Alemania |

s. Cálculo del precio

Para el cálculo del precio por número de pasajeros del paquete No.1 “Al paso del aventurero” se consideró la tabla de precios por servicios que consta en el ANEXO 6.

De acuerdo al estudio de mercado la capacidad de gasto no debe superar los 150 euros por día, por esta razón se consideró que la empresa ejecutará los viajes con grupos de mínimo 6 pasajeros, sin embargo no impide que se trabaje con grupos inferiores de 4 a 2 personas con un costo más alto.

Cuadro No. 08: Análisis de costos del. Paquete No. 1 “Al paso del aventurero”

COSTOS		RANGO PAX					
COSTOS GENERALES	COSTO TOTAL USD	2	4	6	8	10	12
Transporte	1400,00	700,00	350,00	233,33	175,00	140,00	116,67
Guianza	840,00	420,00	210,00	140,00	105,00	90,00	70,00
Suplemento guía.	491,50	245,75	122,88	81,92	61,44	49,15	40,96
Extras							
Total costos generales	2731,50	1365,75	682,88	455,25	341,44	279,15	227,63
COSTOS INDIVIDUALES							
Alojamiento	673,00	673,00	673,00	673,00	673,00	673,00	673,00
Alimentación	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00
Entradas	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
Ticket aéreo Manta – UIO	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
Tours navegables	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Total costos individuales	1022,00	1022,00	1022,00	1022,00	1022,00	1022,00	1022,00
TOTAL COSTOS	3753,50	2387,75	1704,88	1477,25	1363,44	1301,15	1249,63
Gastos administrativos 10%	375,35	238,78	170,49	147,73	136,34	130,12	124,96
Gastos de depreciación y venta 5%	187,68	119,39	85,24	73,86	68,17	65,06	62,48
Precio al costo	4316,53	2745,91	1960,61	1698,84	1567,95	1496,32	1437,07
PRECIO NETO Margen 15%	5078	3230	2307	1999	1845	1760	1691
Ticket aéreo FRA-UIO/ GYE-FRA	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
P.V.P.	6378	4530	3607	3299	3145	3060	2991

t. Cálculo de umbral de rentabilidad

Para el cálculo del umbral de rentabilidad se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V. P.} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{2731}{6378 - 1022}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = 0,51$$

El umbral de rentabilidad indica que por cada dólar invertido se recupera 0, 51 centavos.

u. Mapa de la ruta



Gráfico. No. 2. Mapa del paquete No. 1 “Al paso del aventurero”

v. Fotografías de los atractivos



Gráfico No. 3: Fotografía Iglesia San Francisco



Gráfico No. 4: Fotografía centro histórico de Quito



Gráfico No. 5: Fotografía Cráter Pululahua



Gráfico No. 6: Fotografía Museo Tulipe



Gráfico No. 7: Fotografía Tarabita de Montaña



Gráfico No. 8: Fotografía Cascada Madre de Mindo.

Fotografía: Fernanda Villamil



Gráfico No. 9: Fotografía Cascada Nambillo



Gráfico No. 10: Fotografía Parque Nacional Cotopaxi



Gráfico No. 11: Fotografía Iglesia de Baños



Gráfico No. 12: Fotografía Nevado Chimborazo



Gráfico No. 13: Fotografía Reserva Faunística Chimborazo

Fotografía: CORDTUCH



Gráfico No. 14: Fotografía Guayaquil



Gráfico No. 15: Fotografía Salinas



Gráfico No. 16: Fotografía vista desde el Santuario- Olón



Gráfico No. 17: Comunidad de Agua Blanca



Gráfico No. 18: Fotografía playa El Murciélago - Manta

2. Paquete Turístico No. 2

Cuadro No. 09: Paquete No. 2 “Natur und Kultur Entdecken” / “Descubriendo la naturaleza y cultura”

Paquete No.02		
a. Nombre del paquete: “Natur und Kultur Entdecken” /“Descubriendo la naturaleza y cultura”		
b. Código: DF-002	c. Carácter: Naturaleza y Cultura	d. Dificultad: Moderada
e. Idioma de Guianza: Alemán		f. Duración: 15 Días 14 Noches
g. Tiempo de las actividades: 8 horas diarias		
h. Introducción al lugar a visitar		
El amante de la naturaleza y cultura comienza en la ciudad de Quito en donde se visitará el Centro histórico categorizado por su riqueza colonial, también en la Mitad del Mundo podrán colocar un pie al norte y otro al sur, además de disfrutar de la variada cultura que tiene el Ecuador visitando comunidades indígenas amazónicas, Kichwas, Shuar y de la Sierra Centro, que se caracterizan por sus tradiciones culturales, También se observará la exuberante flora y fauna característica de la Amazonía, podrán disfrutar de un paisaje único y bellas lagunas como Atillo y la cascada de Alto Arapico. Además de presenciar la majestuosidad del Chimborazo y Cotopaxi, una vez culminado el recorrido se trasladará al aeropuerto de Quito para el retorno a Alemania.		
i. Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	07:00	Vuelo desde Alemania a Quito
	18:00	Arribo a la ciudad de Quito, bienvenida y transfer al hotel
	19:00	Cena en el hotel
2	07:00	Desayuno
	09:00	Centro histórico de Quito
	12:00	Almuerzo
	15:00	Mitad del Mundo
	19:00	Cena en el hotel
3	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer aeropuerto de Quito
	10:00	Vuelo al Puerto Francisco de Orellana
	11:00	Recepción de pasajeros en el aeropuerto
	09:00	Transfer a la comunidad Limoncocha desde el cantón Lago Agrio
	11:10	Bienvenida, instalación y distribución de cabañas
	11:30	Visita al Centro de Interpretación Pompeya – CICAME.

	13:00	Almuerzo en CTC Limoncocha
	14:30	Visita a la Reserva Biológica Limoncocha, observación de flora y fauna
	17:30	Recorrido en canoa por la Laguna Limoncocha, observación de caimanes
	20:00	Cena
	21:00	Noche cultural
4	08:00	Desayuno
	10:00	Abordaje a una canoa motorizada para un viaje de dos horas por el río Napo
	11:00	Caminata de 30 minutos para llegar a Sacha Lodge
	12:00	Almuerzo
	14:00	Excursión a la selva tropical
	15:00	Posibilidad de nadar en la laguna Pilchicocha
	16:30	Observación de varias especies de aves del trópico
	17:00	Visita a la granja de mariposas con un sin número de especies de llenas de color y movimiento.
	17:30	Observación de una hermosa puesta del sol si las condiciones climáticas son favorables
	18:00	Regreso al lodge
	19:00	Cena
5	07:00	Desayuno
	08:00	Caminata por el sendero Liana Chica y observación de coloridas aves
	10:00	Zona del tour de canopy
	11:00	Zona de Igapo y explicación sobre las plantas medicinales
	12:00	Sendero del Higuerón, donde resaltan los árboles gigantes como el Kapok y las ceibas que tienen varios cientos de pies de altura
	14:30	Almuerzo en la Finca
	16:00	Viaje en canoa por los sendero del Río Napo para regresar al lodge
6	8:30	Desayuno
	10:00	Visita a la laguna Lagarto cocha
	11:00	Oportunidad de conocer sobre la gente nativa, sus tradiciones y lo que es la naturaleza para ellos
	12:00	Paseo por los bordes de la laguna
	13:00	Observación de monos, ardillas y aves jugueteando entre los árboles y el agua
	13:30	Regreso al lodge para tomar un pequeño descanso
	14:00	Almuerzo
	15:00	Lección de pesca y un paseo en canoa por el bosque
	17:00	Recorrido a la torre de 135 pies de altura que fue tallada de un antiguo árbol
	18:00	Observaremos el atardecer detrás del impresionante volcán Sumaco

		en el horizonte y un concierto de insectos, aves y ranas
	19:00	Cena y descanso
7	7:30	Desayuno
	8:30	Caminata por los senderos del lugar para observar flora y fauna amazónica
	11:30	Transfer a la comunidad Waorani
	12:00	Convivencia con comunidad Waorani
	13:00	Almuerzo
	15:00	Viaje en canoa y observación de flora y fauna
	18:00	Check in lodge
	19:00	Cena en el lodge
	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer al tena
8	11:00	Visita cavernas de Jumandy
	13:00	Almuerzo
	14:00	Transfer a la laguna Guaysa
	15:30	Punto de partida de rafting de nivel 3
	19:00	Cena y hospedaje en Tena
	07:00	Desayuno
	08:00	City tour Tena y vista a Misahualli
9	10:00	Museo etno-cultural, las plantas medicinales, y visita a la comunidad de Kamak Maki
	12:00	Almuerzo de comida típica (por ejemplo Maito de tilapia)
	13:00	Enseñanza del lavado de oro en el Río Napo
	14:00	Demonstración y prueba de la bebida tradicional indígena que es la chicha
	15:00	Clase interactiva de artesanía
	16:00	Despedida con danza en traje típico y juegos tradicionales
	18:00	Hospedaje
	19:00	Cena en el Lodge
	07:00	Desayuno
10	08:00	Transfer a Macas
	11:00	Visita a la comunidad Shuar
	13:00	Almuerzo
	14:00	Transfer a las cascadas del Alto Arapico en la parroquia Río Blanco
	15:00	Caminata y observación de flora y fauna
	18:00	Hospedaje
	19:00	Cena en Macas
	07:00	Desayuno
11	08:00	Transfer
	11:00	Recorrido por las Lagunas de Atillo
	12:00	Almuerzo

	15:00	Riobamba
	16:00	Visita a Guano
	19:00	Traslado al hotel y cena en la ciudad de Riobamba
	07:00	Desayuno
12	09:00	Visita a la comunidad indígena “Casa cóndor”
	12:00	Almuerzo
	14:30	Visita a la comunidad “ Palacio Real”
	15:00	Retorno a Riobamba
	18:00	Traslado al hotel y cena Riobamba
	08:00	Desayuno
13	09:00	Transfer Parque Nacional Cotopaxi
	11:00	Visita al nevado Cotopaxi
	13:00	Almuerzo
	14:00	Transfer a Quito
	16:00	Hospedaje en el hotel
	20:00	Cena
	07:00	Desayuno
14	09:00	Traslado al aeropuerto de Quito
	12:00	Vuelo Quito – Alemania
15	14:00	Llegada a Alemania
j. Requerimientos para la visitas		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Una mochila o cartera pequeña (para las visitas) ✓ Zapatos cómodos ✓ Loción bloqueadora ✓ Gorra o sombrero ✓ Ropa ligera y abrigada ✓ Repelente ✓ Sandalias ✓ Cámara de fotos o filmadora ✓ Medicinas en caso de necesitarlas ✓ Documentos: Pasaporte original y copia para el registro
k. Prohibiciones		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas alcohólicas ✓ Armas blancas y de fuego
l. Normas de comportamiento		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Escuchar atentamente y respetar las instrucciones del guía durante las actividades ✓ Estar siempre pendiente de los objetos personales ✓ No arrojar basura, ni destruir ecosistemas ✓ No recolectar especies vegetales o animales ✓ No salir de los senderos en sitios inseguros ni alejarse del guía ✓ En caso de algún problema informar al guía
m. El paquete incluye		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hospedaje en habitaciones dobles ✓ Alimentación ✓ Guianza

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte terrestre Ecuador continental ✓ Tours navegables ✓ Equipo para deportes de aventura ✓ Vuelos Frankfurt – Quito – Frankfurt ✓ Vuelos internos
n. No incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Donación para el apoyo a las comunidades ✓ Bebidas y comidas extras ✓ Servicios no especificados dentro del tour ✓ Propinas
o. Facilidades/ servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte privado ✓ Guía de habla alemana y un botiquín de primeros auxilios.
p. Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los precios no incluyen IVA (12%) e impuestos por servicios (10%) ✓ Coordinar previamente con las comunidades en el ingreso de los pasajeros ✓ Los paquetes grupales se ejecutarán a partir de 6 pasajeros, sin embargo no se descarta la opción de trabajar con menos pasajeros
q. Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precio calculado en base al número de pasajeros: ✓ 6 PAX: \$ 2676 ✓ 8 PAX: \$ 2519 ✓ 10 PAX: \$ 2533 ✓ 12 PAX: \$ 2411

r. Atractivos turísticos

- | | |
|--|--|
| - Centro histórico de Quito | - Caminata por el sendero Liana Chica |
| - Mitad del Mundo | - Canopy |
| - Comunidad y Reserva Biológica Limoncocha | - Observación de flora y fauna amazónica |
| - Centro de Interpretación Pompeya | - Zona de Igapo y explicación sobre las plantas medicinales |
| - Tour navegable en el río Napo | - Sendero del Higueró /árboles gigantes como el Kapok y las ceibas |
| - Sacha Lodge | - Laguna Lagartococha |
| - Laguna Pilchicocha | - Observación del impresionante volcán Sumaco |
| - Observación de varias especies de aves del trópico | - Transfer a la comunidad Waorani |
| - Visita a la granja de mariposas | |

- | | |
|-------------------------------------|---|
| - Convivencia con comunidad Waorani | - Enseñanza del lavado de oro |
| - Cavernas de Jumandy | - Convivencia con comunidad indígena Kichwa |
| - Tena | - Macas visita comunidad Shuar |
| - Misahualli | - Riobamba |
| - Laguna Guaysa, | - Comunidad Casa Cóndor |
| - Rafting de nivel 3 | - Comunidad Palacio Real. |
| - Museo etnocultural | - Parque Nacional Cotopaxi |
| - Comunidad Kamak Maki | |

s. Cálculo de Precio

Para el cálculo del precio por número de pasajeros del paquete No.2 “Descubriendo la naturaleza y cultura”, se consideró la tabla de precios por servicios que consta en el ANEXO 7.

De acuerdo al estudio de mercado la capacidad de gasto no debe superar los 150 euros por día, por esta razón se consideró que la empresa ejecutará los viajes con grupos de mínimo 6 pasajeros, sin embargo no impide que se trabaje con grupos inferiores de 4 a 2 personas con un costo más alto.

Cuadro No. 10: Análisis de costos del paquete No. 2 “Descubriendo la naturaleza y cultura”

[illegible]

Alimentación	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Entradas	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00
Ticket aéreo UIO – COCA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Total costos individuales USD	662,00	662,00	662,00	662,00	662,00	662,00	662,00
TOTAL COSTOS	2575,00	1728,00	1195,00	1017,33	901,13	911,20	821,42
Gastos administrativos 10%	257,50	172,80	119,50	101,73	90,11	91,12	82,14
Gastos de depreciación y venta 5%	128,75	86,40	59,75	50,87	45,06	45,56	41,07
Precio al costo	2961,25	1987,20	1374,25	1169,93	1036,29	1047,88	944,63
PRECIO NETO Margen 15%	3484	2338	1617	1376	1219	1233	1111
Paquete Sacha Lodge	860	860	690	690	690	690	690
Ticket aéreo FRA-UIO/ UIO-FRA	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
P.V.P.	4784	3638	2917	2676	2519	2533	2411

t. Cálculo de umbral de rentabilidad

Para el cálculo del umbral de rentabilidad se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V. P.} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{1913}{4784 - 662}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = 0,46$$

El umbral de rentabilidad indica que por cada dólar invertido se recupera 0, 46 centavos.

u. Mapa de la ruta

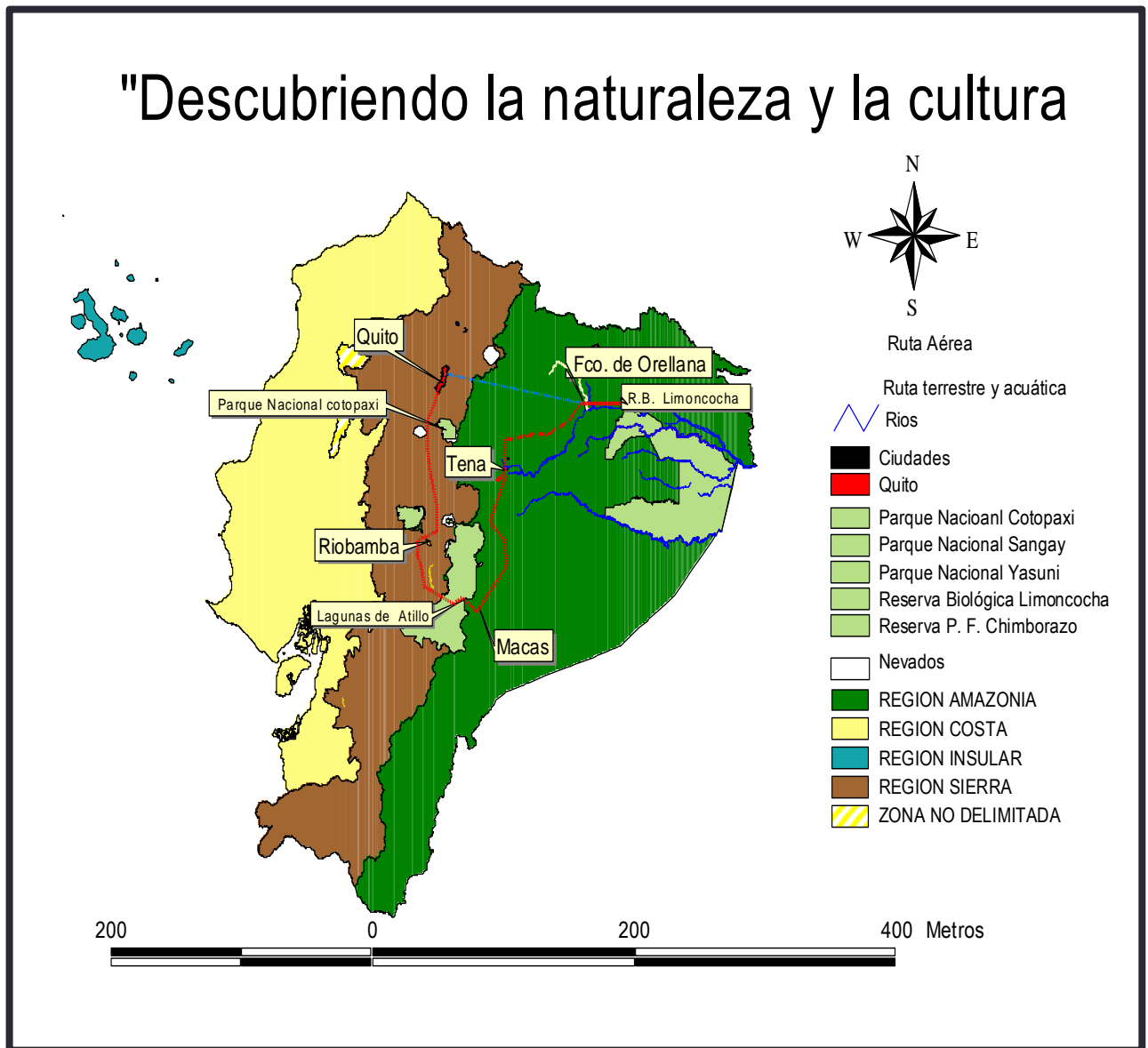


Gráfico No. 19: Mapa del paquete No. 2 “Descubriendo la naturaleza y cultura”

v. Fotografías de los atractivos



Gráfico No. 20: Fotografía centro histórico de Quito



Gráfico No. 21: Fotografía Laguna Limoncocha
Fotografía: Saira Montesdeoca



Gráfico No. 22: Fotografía Cavernas de Jumandy



Gráfico No. 23: Fotografía Sacha Lodge
Fotografía: Página web Sacha Lodge



Gráfico No. 24: Fotografía Macas



Gráfico No. 25: Fotografía Comunidad Shuar
Fotografía: Nantip



Gráfico No. 26: Fotografía Cascada Alto Arapico



Gráfico No. 27: Fotografía Lagunas de Atillo



Gráfico No. 28: Fotografía Colegio Maldonado



Gráfico No. 29: Fotografía Nevado Cotopaxi

3. Paquete Turístico No 3

Cuadro No. 11: Paquete No. 3 “Die anmutigen Anden” / “Andes encantados”

Paquete No.03			
a. Nombre del paquete: “Die anmutigen Anden”/ “Andes encantados”			
b. Código: DF-003	c. Carácter: Naturaleza y cultura		d. Dificultad: Moderada
e. Idioma de Guianza: Alemán		f. Duración: 13 Días 12 Noches	
g. Tiempo de las actividades: 8 horas diarias			
h. Introducción al lugar a visitar e itinerarios			
Los viajeros Dl paquete “Andes Encantados” comienzan su trayectoria en la ciudad Quito conociendo el centro histórico y la Mitad del Mundo, además de disfrutar los más bellos paisajes y nevados como el Cotopaxi y el Chimborazo e interactuar con gente amable de diversas comunidades indígenas de diversas provincias como Chimborazo y Loja, recorriendo la magnífica ruta del tren en la Naríz del Diablo y conociendo la herencia de los Incas, además disfrutar el patrimonio histórico de Cuenca, artesanías de Chordeleg trabajadas en metales preciosos como oro y plata.			
En Loja se recorrerá lugares como el centro histórico, Parque Jipiro, el valle Vilcabamba caracterizado por la gente longeva, el Valle de Quinara y diferentes lugares como el Mandango, Catacocha, Célica, Alamor y reloj Publico 8 esferas.			
El Bosque Petrificado de Puyango mundialmente conocido como yacimiento de fósiles marinos y madera petrificada, es un verdadero atractivo turístico, que se conjuga con la flora y fauna única y característica del Parque Nacional Podocarpus.			
Conocer el valle de Malacatos y la forma de vida de su gente en las moliendas de caña de azúcar que será una experiencia inolvidable. Finalizado el tour se trasladará al aeropuerto en la ciudad de Machala para llegar Quito y retornar a Frankfurt.			
i. Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
1	07:00	Vuelo desde Alemania a Quito	
	18:00	Arribo a la ciudad de Quito, bienvenida y transfer al hotel	
	19:00	Cena en el hotel	
2	07:00	Desayuno	
	09:00	Centro histórico de Quito (Iglesia de la Basílica, Plaza de la Independencia, Iglesia del Sagrario, Iglesia de la Compañía y la Iglesia de San Francisco,	

		Museo de la ciudad. Visita al Panecillo)
	12:00	Almuerzo
	15:00	Mitad del Mundo
	19:00	Cena en el hotel
3	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer al Nevado Cotopaxi
	10:00	Visita del Parque Nacional Cotopaxi
	13:00	Almuerzo
	16:00	Visita a la centro de interpretación de Urbina
	17:30	Transfer a Riobamba
	19:00	Cena en el Hotel
4	07:00	Desayuno
	08:00	City Tour en Riobamba
	09:00	Transfer al Chimborazo
	10:00	Visita a la comunidad Palacio Real o Casa Cóndor
	12:00	Almuerzo
	14:00	Reserva Faunística Chimborazo
	18:00	Llegada al hotel y cena
5	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer a Alausí
	10:00	Paseo en tren a la Nariz del Diablo
	12:00	Box lunch
	14:00	Transfer Ingapirca
	17:30	Transfer a Cuenca
	19:00	Hospedaje y cena en Cuenca
6	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer a Chordeleg
	09:00	Visita al museo de Chordeleg
	11:00	Shopping en Chordeleg
	12:00	Almuerzo
	14:30	City tour en Cuenca
	16:00	Visita al Parque Arqueológico de Pumapungo
	17:30	Regreso al Hotel
	18:00	Cena
7	08:00	Desayuno
	09:00	Transfer a Saraguro
	12:00	Almuerzo
	14:00	Caminata en “Baños del Inca” observación de flora y fauna
	16:00	Tarde cultural
	17:00	Hospedaje
	18:00	Cena

8	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer a Loja
	10:30	City tour
	12:00	Almuerzo
	14:00	Visita del Parque Jipiro
	19:00	Hospedaje y cena
9	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer al Valle de Vilcabamba
	10:00	City tour Vilcabamba
	12:00	Almuerzo
	15:00	Ascenso al Mandango
	16:00	Valle de Quinara
10	18:00	Hospedaje y cena en Loja
	07:00	Desayuno
	08:00	Salida al parque Nacional Podocarpus hasta el refugio
	12:00	Almuerzo
	14:00	Valle de Malacatos
	15:00	Visita a las Moliendas de caña de azúcar, para la fabricación de panela, y aguardiente
11	17:00	Retorno a Loja
	18:00	Hospedaje y cena
	07:00	Desayuno
	09:00	Visita a Catacocha.
	10:00	Visita a Célica.
	11:00	Visita a Amor y reloj Público 8 esferas.
12	12:00	Almuerzo
	15:00	Bosque Petrificado de Puyango.
	19:00	Traslado al hotel y cena
13	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado Aeropuerto Internacional Santa Rosa – Machala
	12:00	Vuelo de retorno a Alemania o extensión a Galápagos
j. Requerimientos para las visitas		16:00 Llegada Alemania ✓ Una mochila o cartera pequeña (para las visitas) ✓ Zapatos cómodos ✓ Loción bloqueadora ✓ Gorra o sombrero ✓ Ropa ligera y abrigada ✓ Repelente ✓ Sandalias ✓ Cámara de fotos o filmadora ✓ Medicinas en caso de necesitarlas ✓ Documentos: Pasaporte original y copia para el registro

k. Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas alcohólicas ✓ Armas blancas y de fuego
l. Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Escuchar atentamente y respetar las instrucciones del guía durante las actividades ✓ Estar siempre pendiente de los objetos personales ✓ No arrojar basura, ni destruir ecosistemas ✓ No recolectar especies vegetales o animales ✓ No salir de los senderos en sitios inseguros ni alejarse del guía ✓ En caso de algún problema informar al guía
m. El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ticket aéreo Alemania- Ecuador- Alemania ✓ Alojamiento en habitaciones dobles en hoteles de 3 a 4 estrellas ✓ Todas las comidas (desayuno-almuerzo y cena) ✓ Guía bilingüe ✓ Transporte terrestre y aéreo dentro de Ecuador ✓ Entradas
n. No incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas ✓ Comidas extras ✓ Servicios no especificados dentro del tour ✓ Propinas
o. Facilidades/servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte privado ✓ Guía de habla alemana y un botiquín de primeros auxilios.
p. Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habitaciones de tipo doble, en caso de viajar solo toca pagar la diferencia ✓ Coordinar fechas y horas de los vuelos con el guía ✓ Los precios no incluyen IVA (12%) e impuestos por servicios (10%) ✓ Los paquetes grupales se ejecutarán a partir de 8 pasajeros, sin embargo no se descarta la opción de trabajar con menos pasajeros
q. Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precio calculado en base al número de pasajeros: ✓ 8 PAX: \$ 2775 ✓ 10 PAX: \$ 2720 ✓ 12 PAX: \$ 2643

r. Atractivos turísticos

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| - Centro histórico de Quito | - Centro de interpretación de Urbina |
| - Mitad del Mundo | - Riobamba (centro histórico) |
| - Parque nacional Cotopaxi | - Comunidad Palacio Real |

- Reserva Faunística Chimborazo
- Nariz del Diablo
- Ruinas de Ingapirca
- Centro histórico de Cuenca
- Chordeleg
- Saraguro / Baños del inca
- Loja
- Parque Jipiro
- Vilcabamba
- Ascenso al Mandango
- Valle de Quinara
- Catacocha
- Célica
- Alamor y reloj Público 8 esferas
- Bosque Petrificado de Puyango
- Parque Nacional Podocarpus
- Valle de Malacatos / Moliendas de caña de azúcar

s. Cálculo del Precio

Para el cálculo del precio por número de pasajeros del paquete No.3 “Andes Encantados” se consideró la tabla de precios por servicio que se encuentra en el ANEXO 8.

De acuerdo al estudio de mercado la capacidad de gasto no debe superar los 150 euros por día, por esta razón se consideró que la empresa ejecutará los viajes con grupos de mínimo 8 pasajeros, sin embargo no impide que se trabaje con grupos inferiores de 6 a 2 personas con un costo más alto.

Cuadro No. 12: Análisis de costos del paquete No. 3 “Andes Encantados”

COSTOS		RANGO PAX					
COSTOS GENERALES	COSTO TOTAL USD	2	4	6	8	10	12
Transporte	1100,00	550,00	275,00	183,33	137,50	110,00	91,67
Guianza	720,00	360,00	180,00	120,00	90,00	90,00	60,00
Suplemento guía.	518,00	259,00	129,50	86,33	64,75	51,80	43,17
Extras							
Total costos generales	2338,00	1169,00	584,50	389,67	292,25	251,80	194,83
COSTOS INDIVIDUALES							
Alojamiento	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Alimentación	168,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
Entradas	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Ticket aéreo ETR-UIO	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00
Total costos individuales	656,00	798,00	798,00	798,00	798,00	798,00	798,00
TOTAL COSTOS	2994,00	1967,00	1382,50	1187,67	1090,25	1049,80	992,83
Gastos administrativos 10%	299,40	196,70	138,25	118,77	109,03	104,98	99,28
Gastos de depreciación y venta 5%	149,70	98,35	69,13	59,38	54,51	52,49	49,64
Precio al costo	3443,10	2262,05	1589,88	1365,82	1253,79	1207,27	1141,76
PRECIO NETO Margen 15%	4051	2661	1870	1607	1475	1420	1343
Ticket aéreo FRA-UIO/ UIO-FRA	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
P.V.P.	5351	3961	3170	2907	2775	2720	2643

t. Cálculo del umbral de rentabilidad

Para el cálculo del umbral de rentabilidad se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V. P.} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{2238}{5351 - 656}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = 0,50$$

El umbral de rentabilidad indica que por cada dólar invertido se recupera 0, 50 centavos.

u. Mapa de la ruta

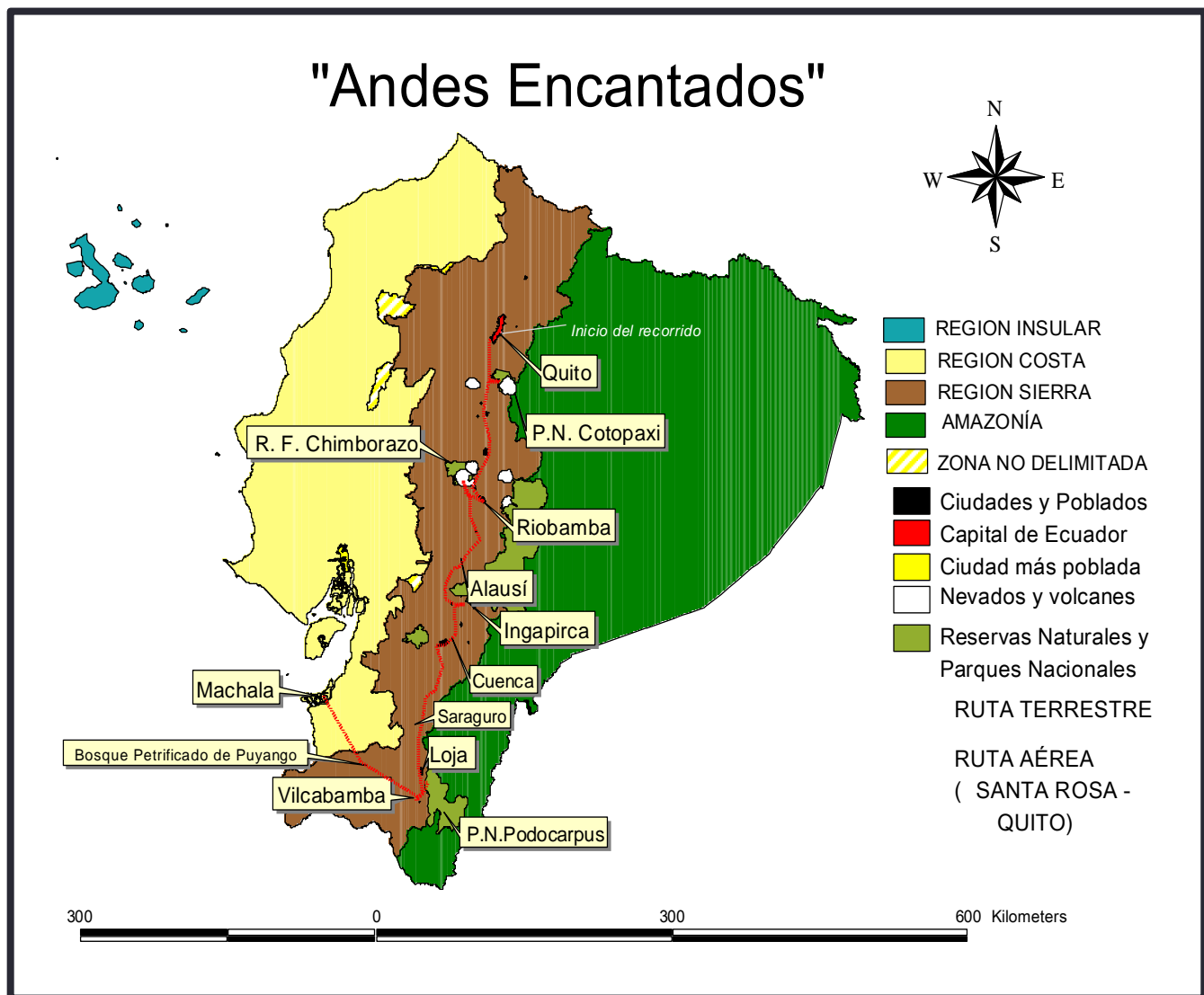


Gráfico No. 30: Mapa del paquete No 3 “Andes Encantados”

v. Fotografías de los atractivos



Gráfico No. 31: Fotografía Museo de Chordeleg
Fotografía: Ing. Patricio Miller



Gráfico No. 32: Fotografía tienda de artesanías
Chordeleg



Gráfico No. 33: Fotografía mujer Saraguro
Fotografía: Asociación INTI France



Gráfico No. 34: Fotografía Iglesia de
Saraguro
Fotografía: Nancy Watson



Gráfico No. 35: Fotografía Loja



Gráfico No. 36: Fotografía El Mandango

Fotografía: Claudio de Ahuano



Gráfico No. 37: Fotografía Bosque Petrificado de Puyango

Fotografía: Carlos Campoverde



Gráfico No. 38: Fotografía Valle de Quinar

Fotografía: Claudio de Ahuano

4. Paquete Turístico No. 4

Cuadro No. 13: Paquete No. 4 “Traumhaftes Galapagos” / “Galápagos de ensueño”

Paquete No.04		
a. Nombre del paquete: Traumhaftes Galapagos” / “Galápagos de ensueño”		
b. Código: DF-004	c. Carácter: Naturaleza	d. Dificultad: Moderada
e. Idioma de Guianza: Alemán		f. Duración: 8 Días 7 Noches
g. Tiempo de las actividades: 8 horas diarias		
h. Introducción al lugar a visitar e itinerarios		
<p>“Traumhaftes Galapagos” comienza al llegar a Quito y volar hacia Baltra que es la puerta de paraíso natural, para disfrutar la belleza mágica de cada isla, durante el recorrido en Santa Cruz tendrá la oportunidad de bañarse en aguas cristalinas en compañía de lobos marinos, visitar las grietas, piscinas naturales de formación rocosa con agua color turquesa, le permitirán disfrutar de deportes acuáticos y observar hermosos peces de colores, caminar en las playas de los Alemanes y Tortuga Bay, donde se relajarán y dotarán de buena energía.</p> <p>En las islas Floreana, Isabela y San Cristóbal se podrá observar especies únicas en el mundo como las Tortugas gigantes de Galápagos, iguanas terrestres, iguanas marinas, inofensivos tiburones de aletas blancas (Tintorerías), lobos marinos, pelícanos, piqueros de patas azules, gaviotas, flamings, pingüinos, rayas, e infinidad de peces multicolores.</p> <p>También se atravesará el extraordinario Túnel de Lava, se visitará el cerro "Tijeretas" y Playa Man a más de la Laguna del Junco y los Cráteres Gemelos que son el único lugar de la isla donde se encuentra el Bosque de Escalesia. Una vez finalizado el recorrido se traslada hacia el aeropuerto y se toma el vuelo de retorno.</p>		
i. Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	09:00	Vuelo desde Quito o Guayaquil a Baltra
	11:00	Recepción y traslado a la Isla Santa Cruz
	12:00	Almuerzo
	15:00	Visita a la Estación Charles Darwin y observación de tortugas en cautiverio
	19:00	Cena en el hotel
2	07:00	Desayuno
	09:00	Salida desde Puerto Ayora
	10:00	Caminata en la Playa de los Alemanes
	12:00	Almuerzo

	15:00	Visita playa de el Garrapatero
	19:00	Cena en el hotel
3	07:00	Desayuno
	08:00	Caminata en la Playa Tortuga Bay – natación
	12:00	Almuerzo
	14:00	Visitación de la parte alta de la isla – Rancho las “Primicias”
	15:00	Recorrido por el Túnel de lava
	17:00	Retorno al hotel
	19:00	Cena
4	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer a la Isla Floreana
	10:00	Visita la playa Punta Cormorant – Observación de flora y fauna
	12:00	Almuerzo
	13:00	Visitación de la Corona del Diablo (The Devil's Crown)
	15:00	Práctica de snorkeling
	17:00	Retorno al hotel en Santa Cruz
	19:00	Cena
5	08:00	Desayuno
	09:00	Transfer Isla Isabela
	10:30	Paseo en chiva
	11:00	Visita al centro de interpretación - observación de tortugas Galápagos y de plantas endémicas
	12:00	Almuerzo
	14:00	Visita al Islote Tintoreras
	14:30	Caminata para observación de flora y fauna
	15:30	Practica de snorkeling
	17:00	Retorno al hotel
	19:00	Cena
6	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado a la isla San Cristóbal
	10:00	Visita del centro de interpretación
	11:00	Cerro "Tijeretas" y Playa Man
	12:00	Almuerzo
	15:00	Visita a la Laguna del Junco
	16:00	Visita a La Galapaguera
	17:00	Visita a la playa Puerto Chino relajación y observación de flora y fauna
	18:00	Retorno al Hotel
	19:00	Cena
7	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado a Baltra
	10:00	Visita a los cráteres los Gemelos y Bosque de Escalecias

	12:00	Traslado al aeropuerto y vuelo de retorno
8	16:00	Llegada a Alemania
j. Requerimientos para la visitas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Una mochila o cartera pequeña (para las visitas) ✓ Zapatos cómodos ✓ Loción bloqueadora ✓ Gorra o sombrero ✓ Ropa ligera ✓ Repelente ✓ Sandalias ✓ Cámara de fotos o filmadora. ✓ Medicinas en caso de necesitarlas ✓ Documentos: Pasaporte original y copia para el registro 	
k. Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recolectar especies de flora y fauna ✓ Bebidas alcohólicas ✓ Armas blancas y de fuego 	
l. Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Escuchar atentamente y respetar las instrucciones del guía durante las actividades ✓ Estar siempre pendiente de los objetos personales ✓ No arrojar basura, ni destruir ecosistemas ✓ No recolectar especies vegetales o animales ✓ No salir de los senderos en sitios inseguros ni alejarse del guía ✓ En caso de algún problema informar al guía 	
m. El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hospedaje en habitaciones dobles 6 noches: (4 noches en la isla Santa cruz , 1 Isabela, 1 San Cristóbal) ✓ Alimentación completa ✓ Guianza ✓ Transporte ✓ incluye el vuelo de UIO o GYE a Galápagos ✓ Equipo para practicar snorkeling 	
n. No incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vuelo Alemania- Ecuador ✓ Entradas al Parque Nacional Galápagos \$100 ✓ Tarjeta de Migración \$ 10 ✓ Bebidas ✓ Comidas extras ✓ Servicios no especificados dentro del tour ✓ Propinas 	
o. Facilidades/ servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte privado ✓ Guía de habla alemana y botiquín de primeros auxilios. 	
p. Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los precios no incluyen IVA (12%) e impuestos por servicios (10%) ✓ Los paquetes grupales se ejecutarán a partir de 8 pasajeros, sin embargo no se descarta la opción de trabajar con menos pasajeros. ✓ Coordinar con las aerolíneas y guías 	

q. Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precio calculado en base al número de pasajeros: ✓ 6 PAX: \$ 1262 ✓ 8 PAX: \$ 1198 ✓ 10 PAX: \$ 1160 ✓ 12 PAX: \$ 1142
------------------	--

r. Atractivos turísticos

- | | |
|---|------------------------------------|
| - Isla Santa Cruz | - Isla Isabela |
| - Estación Charles Darwin | - Islote Tintoreras |
| - Puerto Ayora | - Isla San Cristóbal |
| - Playa de los Alemanes | - Cerro "Tijeretas" y Playa Man |
| - Playa del Garrapatero | - Laguna del Junco |
| - Playa Tortuga Bay | - La Galapaguera |
| - Túnel de lava | - Playa Puerto Chino |
| - Isla Floreana | - Cráteres los Gemelos y Bosque de |
| - Playa Punta Cormorant | Escalecias |
| - Corona del Diablo (The Devil's Crown) | |

s. Cálculo del Precio

Para el cálculo del precio por pasajero del paquete No.4 “Galápagos de ensueño” se consideró la tabla de precios por servicio que consta en el ANEXO 9.

De acuerdo al estudio de mercado la capacidad de gasto no debe superar los 150 euros por día, por esta razón se consideró que la empresa ejecutará los viajes con grupos de mínimo 8 pasajeros, sin embargo no impide que se trabaje con grupos inferiores de 6 a 2 personas con un costo más alto.

Cuadro No. 14 Análisis de costos del paquete No. 4 “Traumhaftes Galápagos”

COSTOS		RANGO PAX					
COSTOS GENERALES	COSTO TOTAL USD	2	4	6	8	10	12
Transporte	490,00	245,00	122,50	81,67	61,25	49,00	40,83
Guianza	360,00	180,00	90,00	60,00	45,00	36,00	30,00
Suplemento guía.	279,00	139,50	69,75	46,50	34,88	27,90	27,90
Extras							
Total costos generales	1129,00	564,50	282,25	188,17	141,13	112,90	98,73
COSTOS INDIVIDUALES							
Alojamiento	438,00	438,00	438,00	438,00	438,00	438,00	439,00
Alimentación	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Entradas	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
Equipos de snorkel	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Total costos individuales	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	551,00
TOTAL COSTOS	1679,00	1114,50	832,25	738,17	691,13	662,90	649,73
Gastos administrativos 10%	167,90	55,73	83,23	73,82	69,11	66,29	64,97
Gastos de depreciación y venta 5%	83,95	55,73	41,61	36,91	34,56	33,15	32,49
Precio al costo	1930,85	1225,95	957,09	848,89	794,79	762,34	747,19
PRECIO NETO Margen 15%	2272	1442	1126	999	935	897	879
Ticket aéreo GYE- GPS	263	263	263	263	263	263	263
P.V.P.	2535	1705	1389	1262	1198	1160	1142

t. Cálculo de umbral de rentabilidad

Para el cálculo del umbral de rentabilidad se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V. P.} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{1129}{2536 - 550}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = 0,57$$

El umbral de rentabilidad indica que por cada dólar invertido se recupera 0,57 centavos.

u. Mapa de la ruta

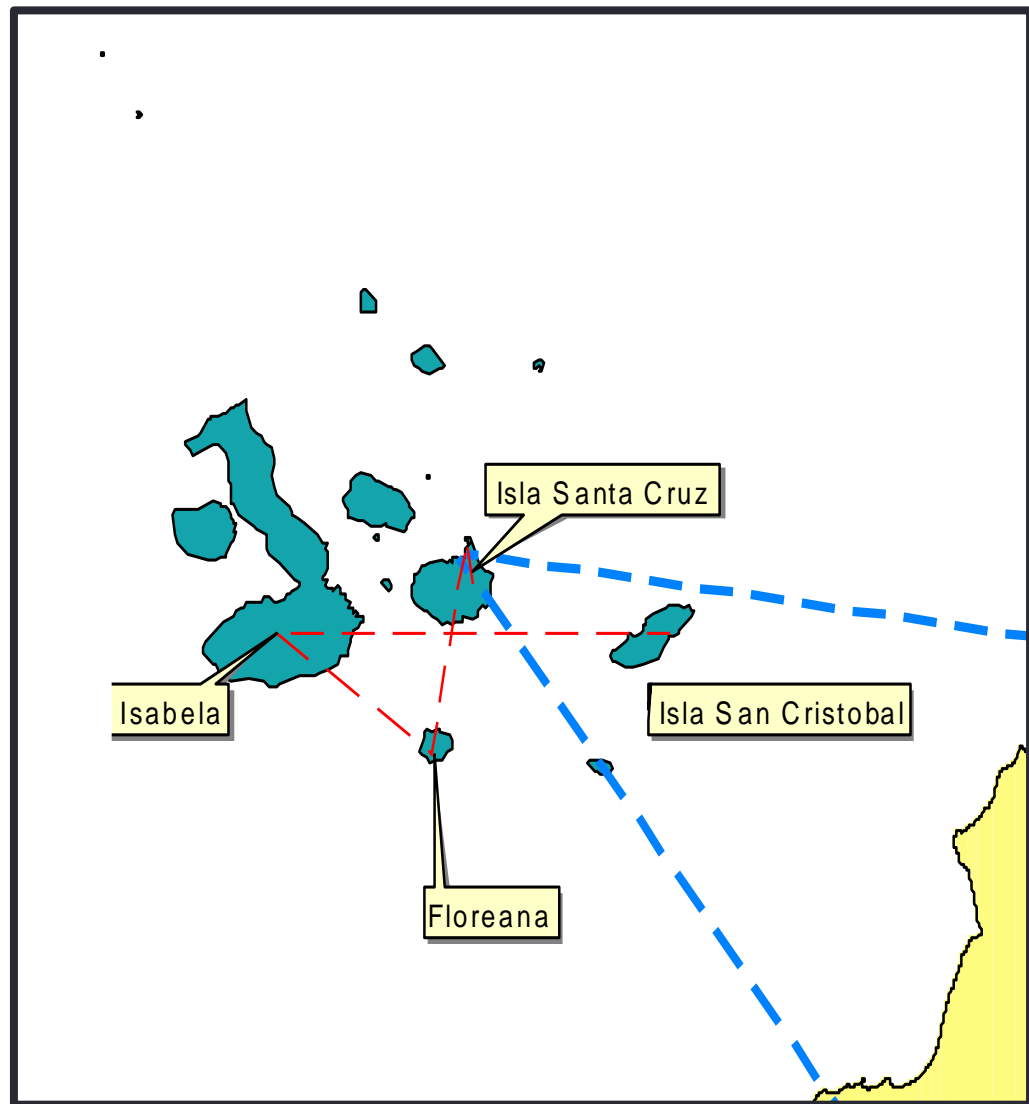


Gráfico No. 39: Mapa agrandado del paquete No 4. “Galápagos de ensueño”

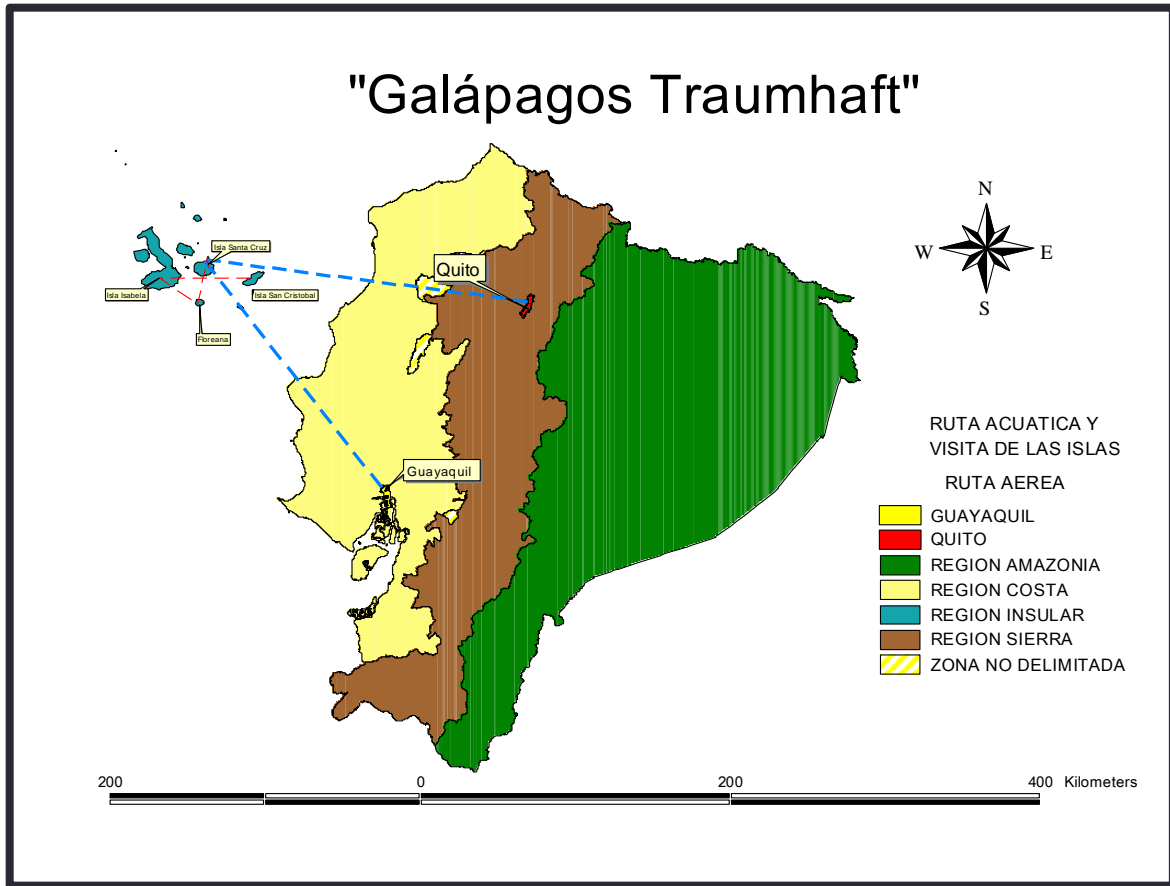


Gráfico No. 40: Mapa del paquete No. 4 “Traumhaftes Galápagos”

v. Fotografías de los atractivos



Gráfico No. 41: Fotografía lobos marinos



Gráfico No. 42: Fotografía Playa Tortuga Bay



Gráfico No. 43: Fotografía Grietas



Gráfico No. 44: Fotografía Tortugas Galápagos



Gráfico No. 45: Fotografía Túneles de lava



Gráfico No. 46: Fotografía de Galápagos

5. Paquete Turístico No. 5

Cuadro No. 15: Paquete No. 5 “Erlebe die 4 Welten” / “Integrando los 4 Mundos”

Paquete No.05		
a. Nombre del paquete: “Erlebe die 4 Welten” / “Integrando los 4 Mundos		
b. Código: DF-005	c. Carácter: Naturaleza y Cultura	d. Dificultad: Moderada
e. Idioma de Guianza: Alemán		f. Duración: 16 Días 15 Noches
g. Tiempo de las actividades: 8 horas diarias		
h. Introducción al lugar a visitar e itinerarios		
El Ecuador es un país de gran diversidad cultural y natural, en un viaje de pocas horas se puede descubrir la magia de cada ecosistema con su propia flora y fauna, además de su variada cultura con sus tradiciones y ciudades patrimoniales como Quito y Cuenca, consideradas por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, a más de poder colocar un pie al norte y otro al sur en la Mitad del Mundo, disfrutar de las fabulosas Lagunas de Cuicocha, Quilotoa el Lago San Pablo, la ruta de las cascadas, la avenida de los volcanes y la ruta ferroviaria más difícil del mundo en el tramo de la Nariz del Diablo que son una experiencia única e inolvidable, también conocerá el Parque Nacional El Cajas reconocido por su biodiversidad y adecuado manejo y para terminar con broche de oro con las Islas Galápagos con especies de flora y fauna únicas en el mundo y sus aguas cristalinas.		
i. Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	07:00	Vuelo desde Alemania a Quito
	18:00	Arribo a la ciudad de Quito, bienvenida y transfer al hotel
	19:00	Cena en el hotel
2	07:00	Desayuno
	09:00	Centro histórico de Quito (Iglesia de la Basílica, Plaza de la Independencia, Iglesia del Sagrario, Iglesia de la Compañía y la Iglesia de San Francisco, Museo de la ciudad. Visita al Panecillo)
	12:00	Almuerzo
	15:00	Mitad del Mundo
	19:00	Cena en el hotel
3	07:00	Desayuno
	08:00	Transfer de Quito a Otavalo
	10:00	Visita de la Laguna de San Pablo
	11:00	Recorrido por la Plaza de los ponchos Otavalo
	12:00	Almuerzo
	14:00	Visita a la Cascada Peguche y bosques primarios

	15:00	Tour navegable en la Laguna Cuicocha
	17:00	Transfer a Ibarra
	19:00	Cena en el Hotel
4	07:00	Desayuno
	08:00	Visita a Laguna de Yahuarcocha y tour navegable
	10:00	Visita San Antonio de Ibarra "Famoso por sus tallados en madera
	12:00	Almuerzo
	15:00	Visita a Feria del cuero en Cotacachi
	17:00	Degustación de los tradicionales bizcochos y queso de hoja en Cayambe
	19:00	Llegada al hotel y cena en Quito
5	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado al Parque Nacional Cotopaxi
	10:00	Visita al nevado
	12:00	Almuerzo
	15:00	Visita a la Laguna Quilotoa
	19:00	Hospedaje en la Ciénega
6	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado a la ciudad Baños
	10:00	Ruta de las cascadas y Pailón del Diablo
	12:00	Almuerzo
	15:00	Zoo-criadero de Fátima
	19:00	Cena en el Hotel en la ciudad de Puyo
7	08:00	Desayuno
	09:00	Parque Etnobotánico Omaere
	12:00	Almuerzo
	14:00	Caminata de 45 min. en una finca para observación de flora y fauna
	16:00	Retorno a Baños
8	07:00	Desayuno
	09:00	City tour Baños
	12:00	Almuerzo
	14:00	Traslado a Riobamba y city tour
	19:00	Hospedaje y cena
9	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado a Alausí
	10:00	Paseo en tren a la Nariz del Diablo
	13:30	Almuerzo
	16:00	Visita a las ruinas de Ingapirca
	19:00	Hospedaje y cena en la ciudad de Cuenca
10	07:00	Desayuno
	09:00	Centro Histórico de Cuenca
	12:00	Almuerzo

	15:00	Visita al Parque Nacional El Cajas
	19:00	Traslado al hotel y cena en la ciudad de Guayaquil
11	07:00	Desayuno
	09:00	Visita al Malecón 2000 y Cerro Santa Ana
	12:00	Almuerzo
	14:00	Vuelo a Galápagos
	18:00	Traslado al hotel y cena
12	07:00	Desayuno
	09:00	Recorrido por Baltra
	11:00	Visita a la isla Santa Cruz
	12:00	Almuerzo
	13:30	Estación Charles Darwin
	15:30	Recorrido por el Cráter los Gemelos
	18:00	Traslado al hotel
	19:00	Cena
13	07:00	Desayuno
	09:00	Paseo Náutico
	10:00	Recorrido por las Grietas
	12:00	Almuerzo
	14:00	Vista de la parte alta de la Reserva de Tortuga Gigantes
	16:00	Recorrido por los Túneles de Lava
	18:00	Traslado al hotel
	19:00	Cena
14	07:00	Desayuno
	09:00	Playa Tortuga Bay
	12:00	Almuerzo
	14:00	Tarde libre
	18:00	Traslado al hotel
	19:00	Cena
15	07:00	Desayuno
	08:00	Traslado al aeropuerto de Baltra
	18:00	Viaje de regreso a Alemania desde Guayaquil (GYE)
16	18:00	Arribo en Alemania
j. Requerimientos para las visitas <ul style="list-style-type: none"> ✓ Una mochila o cartera pequeña (para las visitas) ✓ Zapatos cómodos ✓ Loción bloqueadora ✓ Gorra o sombrero ✓ Ropa ligera y abrigada ✓ Repelente ✓ Sandalias ✓ Cámara de fotos o filmadora ✓ Medicinas en caso de necesitarlas 		

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Documentos: Pasaporte original y copia para el registro
k. Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas alcohólicas ✓ Armas blancas y de fuego
l. Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Escuchar atentamente y respetar las instrucciones del guía durante las actividades. ✓ Estar siempre pendiente de los objetos personales ✓ No arrojar basura, ni destruir ecosistemas ✓ No recolectar especies vegetales o animales ✓ No salir de los senderos en sitios inseguros ni alejarse del guía ✓ En caso de algún problema informar al guía
m. El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ticket aéreo Alemania- Ecuador – Alemania ✓ Alojamiento en habitaciones dobles en hoteles de 4 a 5 estrellas ✓ Todas las comidas (desayuno-almuerzo y cena) ✓ Guía naturalista bilingüe en cada Isla. ✓ Equipo de Snorkeling ✓ Traslados Puerto Ayora – Isabela – Puerto Ayora por Lancha Rápida o Transporte Público. ✓ Traslado: Baltra - Puerto Ayora – Baltra
n. No incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas ✓ Comidas extras ✓ Servicios no especificados dentro del tour ✓ Entrada al Parque Nacional Galápagos: \$100.00 USD por persona ✓ Tarjeta de Control Migratorio: \$10.00 USD por persona ✓ Uso de muelle en Isabela \$5.00 USD por persona ✓ Bebidas gaseosas y alcohólicas ✓ Propinas
o. Facilidades/servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte privado ✓ Guía de habla alemana y un botiquín de primeros auxilios
p. Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habitaciones de tipo doble, en caso de viajar solo toca pagar la diferencia. ✓ Coordinar fechas y horas de los vuelos con el guía ✓ Los precios no incluyen IVA (12%) e impuestos por servicios (10%) ✓ Los paquetes grupales se ejecutarán a partir de 8 pasajeros, sin embargo no se descarta la opción de trabajar con menos pasajeros.
q. Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precio calculado en base al número de pasajeros: ✓ 8 PAX: \$ 3709 ✓ 10 PAX: \$ 3605 ✓ 12 PAX: \$ 3362

r. Atractivos turísticos

- | | |
|--|--|
| - Centro histórico de Quito | - Riobamba (centro histórico) |
| - Mitad del Mundo | - Nariz del Diablo |
| - Otavalo | - Ruinas de Ingapirca |
| - Lago San Pablo | - Centro histórico de Cuenca |
| - Cascada Peguche | - Parque Nacional El Cajas |
| - Laguna Cuicocha | - Malecón 2000 |
| - Laguna de Yahuarcocha | - Cerro Santa Ana |
| - Visita San Antonio de Ibarra | - Galápagos |
| - Feria del cuero en Cotacachi | - Baltra |
| - Degustación de los tradicionales
bizcochos y queso de hoja en Cayambe | - Santa Cruz |
| - Parque nacional Cotopaxi | - Gemelos |
| - Laguna Quilotoa | - Estación Charles Darwin |
| - Baños | - Paseo Náutico |
| - Pailón del Diablo | - Grietas |
| - Zoo-criadero de Fátima | - Parte alta Reserva de Tortuga Gigantes |
| - Parque Etno-Botánico Omaere | - Túneles de Lava |
| | - Playa Tortuga Bay |

s. Cálculo del Precio

Para el cálculo del precio por número de pasajeros del paquete No.5 “Integrando los 4 mundos” se consideró la tabla de precios por servicios que consta en el ANEXO 10.

De acuerdo al estudio de mercado la capacidad de gasto no debe superar los 150 euros por día, por esta razón se consideró que la empresa ejecutará los viajes con grupos de mínimo 8 pasajeros, sin embargo no impide que se trabaje con grupos inferiores de 6 a 2 personas con un costo más alto.

Cuadro No. 16: Análisis de costos del paquete No. 5 “Integrando los 4 mundos”

COSTOS		RANGO PAX					
COSTOS GENERALES	COSTO TOTAL USD	2	4	6	8	10	12
Transporte	1500,00	750,00	375,00	250,00	187,50	150,00	62,50
Guianza	900,00	450,00	225,00	150,00	112,50	90,00	37,50
Suplemento guía.	692,00	346,00	173,00	115,33	86,50	69,20	28,83
Extras							
Total costos generales	3092,00	1546,00	773,00	515,33	386,50	309,20	128,83
COSTOS INDIVIDUALES							
Alojamiento	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	724,00	725,00
Alimentación	330,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
Entradas	85,30	85,30	85,30	85,30	85,30	85,30	85,30
Ticket aéreo GYE- GPS	263,00	263,00	263,00	263,00	263,00	263,00	263,00
Tours navegables	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Total costos individuales	1414,30	1394,30	1394,30	1394,30	1394,30	1394,30	1395,30
TOTAL COSTOS	4506,30	2940,30	2167,30	1909,63	1780,80	1703,50	1524,13
Gastos administrativos 10%	450,63	294,03	216,73	190,96	178,08	170,35	152,41
Gastos de depreciación y venta 5%	225,32	147,02	108,37	95,48	89,04	85,18	76,21
Precio al costo	5182,25	3381,35	2492,40	2196,08	2047,92	1959,03	1752,75
PRECIO NETO Margen 15%	6097	3978	2932	2584	2409	2305	2062
Ticket aéreo FRA-UIO/ GYE-FRA	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
P.V.P.	7397	5278	4232	3884	3709	3605	3362

t. Cálculo del umbral de rentabilidad

Para el cálculo del umbral de rentabilidad se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V. P.} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{3092}{7.397 - 1414}$$

$$\text{Umbral de rentabilidad} = 0,52$$

El umbral de rentabilidad indica que por cada dólar invertido se recupera 0, 52 centavos.

u. Mapa de la ruta



Gráfico No. 47: Mapa del paquete “Integrando los 4 mundos”

v. Fotografías de los atractivos



Gráfico No. 48: Fotografía centro histórico Quito



Gráfico No. 49: Fotografía de la Mitad del de Mundo



Gráfico No. 50: Fotografía Laguna Cuicocha



Gráfico No. 51: Fotografía Mercado - Otavalo



Gráfico No. 52: Fotografía Nevado Cotopaxi



Gráfico No. 53: Fotografía Laguna Quilotoa



Gráfico No. 54: Fotografía Tren Alausí



Gráfico No. 55: Fotografía de las Ruinas de Ingapirca



Gráfico No. 56: Fotografía de la Catedral de Cuenca



Gráfico No. 57: Fotografía de Galápagos



Gráfico No. 58: Fotografía del Malecón 2000 - Guayaquil

C. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PAQUETES DISEÑADOS

Las estrategias de comercialización están estructuradas en base al estudio de mercado y a los componentes del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción, las mismas se detallan a continuación:

1. Estrategias de comercialización de producto

1. Estrategia No. 1 Creación de tour operadora

Para que los productos turísticos puedan sean comercializados en función del marco legal ecuatoriano la única figura que se puede establecer es la creación de una empresa dual tour operadora y agencia de viajes, además debe contar con una identidad corporativa.

La operadora tendrá la sede en la ciudad Riobamba y con el tiempo se extenderá a ciudades más grandes del Ecuador.

2. Estrategia No. 2 Posicionamiento de la tour operadora

Para el posicionamiento de la empresa será necesario una identidad corporativa que sea reconocida, para la cual se crea el Imagotipo y slogan con el diseño se presenta a continuación:

1) Imagen corporativa

Imagotipo:



Gráfico No. 59: Imagotipo en alemán



Gráfico No. 60: Imagotipo en español

Slogan: *“Die lust zu reisen und zu kennen”; “El placer de viajar y conocer”.*

2) Símbolos de la marca

Para el diseño de la imagen corporativa se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

a) Icono

Se utilizaron figuras curvilíneas que significa el libre flujo de la naturaleza en todas sus formas de vida tanto en la parte textual como en la imagen.

b) Logotipo

Se utilizaron las palabras “Ecuador” porque se venderán productos turísticos del país y acompañado de la palabra “Reisen” que significa viajes en el idioma alemán, debido a que los productos están diseñados para este mercado.

Para el diseño se combinaron tipos de letras como la Blackadder ITC para las iniciales y Bradley Hand ITC para el resto del texto debido a su facilidad de lectura, y por su forma curvilínea anteriormente mencionado además las letras son de color negro por su elegancia y tienen diferente grosor:

c) Imagotipo

El Imagotipo está conformado por la Palabra “Ecuador Reisen” y una imagen que consta de seis elementos que están representados por cuatro medias lunas que se unen un punto, acompañado con un colibrí, cada símbolo con el siguiente significado:

➤ Medias lunas

Representa a las cuatro regiones del Ecuador, Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, además de la diversidad cultural y natural que cada una presenta.

Las medias lunas forman una flor que significa el respeto y el amor con el que se trabaja para el cuidado de la naturaleza.

➤ Colores

Los colores amarillo, azul y rojo están inspirados en la bandera nacional acompañados del color verde que significa la conservación y la responsabilidad ambiental y social con que están diseñados los productos turísticos.

➤ Punto

Ubicado en el centro de las medias lunas, es de color café que significa el valor de la madre tierra o “Pacha Mama”.

➤ Línea

Ubicada debajo del nombre representa el tiempo y la vida, debajo de esta se encuentra el slogan en alemán o español.

➤ **Colibrí**

Da la impresión que está tomando el néctar de una flor, representa la agilidad, la flexibilidad de la empresa, además de la belleza natural y la diversidad que tiene el Ecuador.

3. Estrategia No. 3. Elementos diferenciales

Entre los elementos que diferencian a los productos turísticos de los otros están:

1) Productos innovadores

En el diseño de los productos se consideraron otros atractivos turísticos poco comunes ofertados al mercado alemán y con alto potencial turístico en diferentes provincias del país como por ejemplo en la provincia de Chimborazo están las Lagunas de Atillo, Comunidades indígenas como Palacio Real, Casa cóndor, en la provincia de Napo la comunidad kichwa Kamak Maki, Laguna de Guaysa, las cavernas de Jumandy y en la provincia de Morona Santiago la cascada de Alto Arapico, entre otros.

2) Paquetes regionales

Este tipo de paquetes permite al visitante destinar más tiempo o más días de visita en las regiones de mayor interés de acuerdo a sus preferencias.

3) Paquetes integrados

Se oferta un paquete integral contemplado los principales atractivos turísticos del Ecuador de acuerdo al tiempo que dispongan los turistas al momento de visitarlos.

4) Turismo vivencial

Ayuda a que el visitante se involucre con la diversidad cultural y natural creando así conciencia de conservación.

5) Multi – experiencias

Estos paquetes por estar diseñados en base a las preferencias y gustos de los clientes y por la riqueza de cada región, además permiten que el visitante se enriquezca de experiencias inolvidables.

6) Compromiso social y ambiental

Todos los paquetes están pensados en garantizar la vida y el respeto de la diversidad cultural y biológica contribuyendo al turismo sostenible, además se prefieren prestadores de servicio ambientalmente y socialmente responsables.

4. Estrategia No. 4. Estructuración de paquetes turísticos

Todos los paquetes turísticos estructurados y los que se diseñarán a futuro, deberán ser planteados de forma técnica en la cual consten de: nombre del paquete, código, carácter, nivel de dificultad, duración, tiempo de las actividades, introducción al lugar a visitar e itinerarios, servicios que incluye, que no incluye, precio, cálculo de umbral de rentabilidad, mapa de la ruta y fotografías de los sitios de visita. Respecto al grado de dificultad, éste será establecido en función de la exigencia física que se requiera para la ejecución del programa de viaje, en función del siguiente detalle:

- 1) Baja:** Exige solamente capacidad de desplazamiento individual durante el recorrido.
- 2) Moderada:** Exige resistencia para soportar el desarrollo de una actividad prolongada durante el recorrido.

- 3) **Alta:** Exige un estado físico que garantice resistencia y fuerza para soportar el desarrollo de la actividad sin afectar el disfrute y el logro del objetivo propuesto.
- 4) **Extrema:** Las particularidades de la actividad podría requerir llevar al límite de la resistencia el esfuerzo físico y mental del participante. Se evidencia un mayor nivel de riesgo.

De la misma forma para el material de difusión de los paquetes, se detallará el nivel de dificultad que puede ser representado en forma gráfica, usando una imagen símbolo de zapatilla de acuerdo al grado de dificultad:

1) **Baja:**



2) **Moderada:**



3) **Alta:**



4) **Extrema:**



En el siguiente cuadro se muestra un resumen de los productos turísticos que constan del nombre del paquete, regiones que integran, duración y grado de dificultad.

Cuadro No. 17: Programa de viajes

NOMBRE DEL PRODUCTO	REGIONES QUE INTEGRAN	DURACIÓN	DIFICULTAD
“Al paso del aventurero”	Sierra y Costa	15 Días 14 Noches	
“Amante de la naturaleza y cultura”	Sierra y Amazonía	14 Días 13 Noches	
“Andes Encantados”	Sierra	12 Días 11 Noches	
“Galápagos Traumhaft”	Galápagos	7 Días 6 Noches	
“Integrando los 4 mundos”	Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos	16 Días 15 Noches	

5. Estrategia No. 5. Términos y condiciones para la operación y comercialización de los productos

Entre los términos y condiciones con los que se trabajará al momento de la venta de los productos están:

1) Reservas

Las reservas se confirmarán una vez que el pasajero haya realizado un depósito del 50% del precio total de tour.

- El pago del 100% del tour debe realizarse 30 días antes del arribo de los pasajeros para programas continentales y 60 días para Galápagos.
- La Factura por el pago total será emitida el mes en que se opere el Tour.
- Los precios quedarán fijos e inamovibles una vez efectuado el pago total del servicio o tour escogido.
- La empresa se reserva el derecho de modificar las reservas de hotelería en el caso de no haber acomodaciones disponibles, comprometiéndose a ofrecer la misma categoría de alojamiento. En el caso de no haber plazas en hoteles de la misma categoría se cambiarán por hoteles de mayor o menor categoría. Si existiera alguna diferencia en el precio establecido se efectuará el ajuste correspondiente.
- Si el viaje se tuviera que acortar o prolongar por razones fortuitas o de fuerza mayor no imputables a la empresa los gastos que ocasione esta situación serán exclusivamente a cargo de los pasajeros.

2) Precios

Los precios están expresados en dólares estadounidenses (U\$S) y están sujetos a cambios sin previo aviso hasta el momento en que el cliente abone la totalidad de los servicios contratados.

3) Precios no incluyen

- Gastos de visado
- Gastos de tramitación de pasaportes
- Propinas de tipo personal, como a guías, conductores, botones, etc.
- Traslados donde no se encuentren especificados.
- Entradas no especificadas en el itinerario, (Parques Nacionales Galápagos).
- Extras de ningún tipo o gastos que no estén debidamente especificados en los itinerarios.

4) Precios de niños

Se consideran niños a las personas de 3 a 11 años de edad, los mismos que siempre pagarán por los servicios terrestres. Los servicios hoteleros dependen de cada hotel (ver tarifario de hoteles) niños menores de 3 años pueden compartir habitación sin cargo con sus padres y no pagarán servicios terrestres.

5) Entradas y comidas

Todas las entradas a museos, tickets aéreos y espectáculos, alimentación están incluidas únicamente cuando se detalla en el programa. En ningún caso están incluidas las bebidas alcohólicas.

6) Equipaje

Se permite únicamente una maleta y un bolso de mano por cada persona, cualquier equipaje adicional a este podrá representar un costo extra en su transportación y deberá ser pagado directamente por los pasajeros. Las propinas a los maleteros en los aeropuertos y hoteles no están incluidas.

7) Servicio de guías

Todos los servicios y excursiones estarán acompañados por guías bilingües (español – alemán) especializados de acuerdo a cada excursión.

8) Transportación

En todos los traslados y excursiones los pasajeros serán trasladados en furgonetas de hasta 10 pasajeros o buses en caso de grupos. Todas las unidades de transporte están completamente equipadas para el confort y seguridad de sus pasajeros, equipos de audio, vídeo, aire acondicionado, calefacción, seguro de emergencias contratado, vagón para el equipaje, cinturones de seguridad, música, etc.

9) Cancelaciones y reembolsos

Una cancelación es considerada válida únicamente cuando se ha recibido documentos de respaldo por e-mail y se haya respondido.

Todas las cancelaciones recibidas 61 días antes del día de inicio del tour o servicio, serán reembolsadas en su totalidad, deduciendo el costo de transferencia bancaria y gastos administrativos.

Cancelaciones recibidas entre 40 y 30 días previos al inicio del tour o servicio obtendrá un reembolso del 50%.

Cancelaciones recibidas dentro de los 19 días antes del inicio del tour o servicio será retenido el depósito total.

Cancelación referentes a boletos aéreos, se acogen a restricciones de emisión de las aerolíneas.

Los pasajeros que desistieran voluntariamente de utilizar cualquier servicio incluido en el programa del tour, no tendrán derecho a exigir devolución alguna por dichos servicios.

Las solicitudes de reembolso y devoluciones por servicios no prestados deberán llegar a nuestras oficinas máximo 20 días después del viaje de los pasajeros, posterior a la verificación de que estos servicios en la empresa que no fueron suministrados se procederá al reembolso. En algunos de los casos, dichos reembolsos estarán sujetos a cargos administrativos y de cancelación.

10) Cancelaciones por parte de la empresa

Se reserva la facultad de anular justificadamente el tour en casos de fuerza mayor, donde se procederá a la devolución de la cantidad total percibida hasta ese momento, menos los gastos que se deriven de la transacción bancaria efectuada.

11) Cambio de actividad

En caso de algún cambio de actividades ya establecidas en el paquete deberá comunicarse con el encargado de operaciones con por lo menos 72 horas de anticipación antes de la ejecución, caso contrario no se acepta el cambio de actividad.

12) Reclamos

Cualquier reclamo debe ser presentado por escrito dentro de los 20 días de finalizado el tour o de ocurrido el hecho que motivare el mismo, enviado una carta o mail. Cumplido dicho lapso no se recibirá reclamo alguno.

13) Documentación

Es responsabilidad única y exclusiva de cada pasajero tener toda la documentación en regla para el viaje. El pasajero deberá estar provisto de pasaporte vigente y las visas requeridas según el

itinerario escogido, al igual que el seguro de viaje vigente durante toda su estadía. El incumplimiento de lo antes expuesto por parte del cliente le ocasionará la pérdida de derecho a cualquier reembolso. Las consecuencias de su omisión y los gastos que se originaren como consecuencia de ello serán por cuenta del viajero, aplicándose en este caso las condiciones establecidas para el desistimiento voluntario de servicios. Lo mismo ocurrirá cuando las autoridades de cualquier país rehusaren permitir la entrada al pasajero.

14) Responsabilidades

La empresa no se responsabiliza por retrasos, adelantos o anulaciones que se produzcan por parte de las compañías aéreas, siendo los gastos que se originen a cargo de los pasajeros.

6. Estrategia No.6. Fortalecimiento del talento humano

Para ofrecer un servicio de calidad es importante un constante fortalecimiento del talento humano, esto se puede realizar mediante capacitaciones permanentes en cada área de la empresa solicitando y coordinado con la ayuda de profesionales, para lo cual se propone que se realicen las siguientes actividades:

- Planificación de talleres de capacitación para el personal además de su ejecución y evaluación.
- Talleres para mejorar el bienestar integral y las condiciones de trabajo
- Planeación de políticas para mejorar el desarrollo de la empresa, códigos de ética y buenas practicas, agrupar las actividades en una estructura lógica y secuencial.
- Designar a las personas las actividades para que las lleven a cabo.
- Asignar los recursos necesarios.
- Coordinar los esfuerzos.
- Impulsar, coordinar y vigilar las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada para generar interés por su labor.

- Tener una adecuada comunicación entre los colaboradores, supervisión en cumplimiento de las metas planteadas y control para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos.
- Es importante que el personal este bien capacitado en idiomas, guianza e interpretación ambiental, primeros auxilios y técnicas de marketing

Además el personal de atención al cliente de tener una buena actitud, amabilidad, y poseer cualidades como entusiasmo, cooperación, capacidad para solucionar problemas, paciencia, ser activo, interactuar con el cliente, mantener la ética profesional, comunicar un mensaje adecuado, reaccionar eficazmente ante situaciones adversas.

Una vez fortalecido el talento humano se garantizará la calidad en la prestación de servicios turísticos.

2. Estrategias de comercialización precio

a. Estrategia 1. Alianzas con prestadores de servicios

Con el fin de reducir los costos variables, es necesaria la creación de alianzas con prestadores de servicios turísticos de hospedaje, alimentación, transporte con quienes se negociará tarifas especiales por tamaño de grupo, frecuencia de viaje, temporada alta y baja, considerando porcentajes de descuento e incluso comisiones.

En temporada baja se pueden hacer descuentos especiales con el fin de captar más turistas. Esto mediante la negociación con prestadores de servicio.

b. Estrategia 2. Comercialización directa

La comercialización directa es una forma de colocar los productos turísticos en mercado evitando intermediarios que cobran porcentajes o comisiones, una vez que se constituya la agencia de viajes / operadora de turismo de forma legal se comercializarán directamente los productos al cliente, en donde dentro de la estructura de costos de los paquetes turísticos se considerará

valores por descuento o tarifas especiales relacionadas con, tamaño de grupo, edad, fechas especiales, e incluso condiciones de temporada.

En caso de la comercialización directa con pasajeros frecuente se trabajará tarifas de descuentos del 5 al 10 %, y estarán establecidos en el análisis de costo de cada uno de los programas de viajes, lo cual no será susceptible de ser aplicado durante la temporada alta.

c. Estrategia 3. Comercialización indirecta y condiciones de negociación con prestadores de servicio

A partir del año 2015 los paquetes turísticos se comercializarán a otras agencias de viajes y operadoras de turismo a nivel nacional e internacional, con las trabajará un porcentaje de comisión admisible para intermediarios en conformidad con el cuadro N° 18, para establecer los porcentajes de comisión tanto para agencias de viajes como tour operadoras nacionales (10 al 20%), se debe considerar factores como tamaño de grupo, frecuencia de viaje, porcentajes de negociación por volumen de ventas.

En cambio para tour operados y agencias de viajes internacionales mayoristas se establecerá un rango de comisión del 20 a 30 % o en función de las sucursales a nivel mundial, y considerando el volumen de demanda que puede ser emitido.

Los cálculos de las comisiones serán considerados en la estructura de costos de cada uno de los paquetes, sin que esto afecte el porcentaje de utilidad.

Cuadro No 28: Tabla de comisión para intermediarios

Canal de distribución	Desde	Hasta
Agencias de viajes nacionales	10%	20%
Tour Operadoras nacionales	10%	20%
Mayoristas internacionales	20%	30%

d. Estrategia 4. Elaboración de tarifarios por temporada

Las alianzas establecidas con prestadores de servicio ayudarán a obtener precios especiales por temporada, lo cual será beneficioso para el cliente y la empresa, además se puede elaborar tarifarios por temporada alta y baja.

En temporada baja se pueden hacer descuentos especiales con el fin de captar más turistas, esto dependerá de la negociación con los prestadores de servicios, pues el porcentaje que se establezca deberá parte de la estructura de costos sin que esto afecte el porcentaje de utilidad. Cabe recalcar que el precio del ticket está regido de acuerdo a las aerolíneas y no influyen directamente en el análisis de costo del paquete.

3. Estrategias de comercialización de plaza

a. Estrategia 1. Alianzas estrategias con operadoras turísticas internacionales.

Es importante crear alianzas con operadoras turísticas internacionales que se interesan por ofertar Ecuador, se consideraron operadoras e que se enfocan en el área natural y cultural, presentan la apertura necesaria para comercializar nuevos productos, pese a gran tamaño el mercado para Ecuador todavía no está muy conocido, brindando así la oportunidad de ofrecer más productos turísticos para complementar su oferta, además, se consideró su lugar de ubicación en Alemania para generar mayor captación de clientes y aprovechar el acceso a la información existente. A continuación se presenta una lista de operadoras de turismo alemanas que serían las aliadas:

Cuadro No 19: Operadoras de turismo alemanas

No	Nombre de la operadora de turismo	Ubicación	Paquetes complementarios
1.	Go:terra travel	Osnabrück	5 paquetes
2.	Gebeco GmbH & Co KG	Kiel	4 paquetes regionales
3.	Frosch Sportreisen GmbH	Munster	Galápagos, Amazonía, Sierra sur
4.	Accept-Reisen GmbH & Co. KG	Achen	Costa
5.	Mediplus Reisen GRUPPE GmbH	Bonn	Costa , Amazonía
6.	Latusa-reisen	Berlín	Amazonía y Sierra sur
7.	Lernidee Erlebnisreisen GmbH	Berlín	Costa , Amazonía
8.	Reisebüro Berlin	Berlín	Costa , Amazonía

b. Estrategia 2. Alianzas estratégicas con tour operadoras y agencias de viajes de turismo ecuatoriano.

Las alianzas se realizarán con operadoras y agencias de viajes que se enfoquen en turismo de naturaleza y cultura, además que trabajen con grupos de viajeros sostenibles y que su operación se fundamente en los principios de sostenibilidad con gran relevancia en el cuidado del ambiente.

A continuación se presenta una lista de las principales agencias de viajes y operadoras de turismo de la ciudad de Quito que están enfocadas en el mercado alemán, con las cuales se puede crear alianzas.

Cuadro No 20: Agencias de viajes y operadoras de turismo

Empresa	Categoría	Página web
Geo Reisen	Agencia de viajes- Operadora de turismo	www.georeisen-ecuador.com
Surtrek	Operadora de turismo	www.surtrek.com
Via Natura	Operadora de turismo	www.vianatura.com
Tierra de Fuego	Operadora de turismo- . Agencia de viajes	www.ecuadortierradefuego.com
Positiv Turismo	Agencia de viaje -Operadora de turismo	www.positivturismo.com

c. Estrategia 3. Desarrollo del marketing electrónico

De acuerdo con el estudio de mercado elaborado en Osnabrück en el año 2012-2013 el 62,99 % prefiere informarse a través del internet al momento de planificar sus viajes, por esta razón como estrategia de comercialización de plaza se utilizará el marketing electrónico combinado con el relacional.

Se utilizará el e-mailing como herramienta de difusión y comercialización, mediante el envío de mensajes de correo electrónico se podrá ganar clientes o convencer a los actuales (cuando ya se esté operando) para que adquieran los productos, se enviará material promocional sobre nuevas ofertas a las operadoras aliadas emitiendo revistas electrónicas, noticias, ofertas de productos o servicios, realización de encuestas, invitaciones a eventos, suscripciones, entre otras. Además se

archivará la información de forma electrónica ahorrando papel para contribuir al cuidado de la naturaleza.

El marketing electrónico representa una poderosa herramienta de venta que requiere inversión mínima y ayuda a mejorar la relación de la empresa con los clientes, además es un medio no intrusivo, rápido al momento de obtener respuestas y rompe la barrera de la distancia.

d. Estrategia 4. Desarrollo del marketing relacional

Con ayuda del marketing relacional se conocerá los gustos y preferencias de cliente para la cual se realizarán evaluaciones periódicas de los servicios brindados para tener un control de calidad a través de encuestas, la información obtenida se convertirá en la fuente de consulta a partir de la cual se elaborarán nuevos productos.

Al finalizar el tour el cliente recibirá un pequeño recuerdo de la empresa, el cual contendrá una frase motivadora para su retorno y/o recomendación.

Para fidelizar clientes se enviará un email con las fotos del viaje, se planificará foros virtuales para compartir sus experiencias sobre el viaje y para la promoción de nuevos productos.

4. Estrategias de comercialización promoción

a. Estrategia 1. Creación y promoción de la página web

La creación de la página web es vital para la comercialización de los productos turísticos, para un excelente funcionamiento la página debe estar bien diseñada y cumplir con ciertas características generales y técnicas.

La página web está diseñada en el idioma alemán y español como se observa en los anexos 11 y 12.

1) Características generales página web

- Texto adecuado de acuerdo al público meta.
- Calidad en el diseño, jerarquía clara y una secuenciación lógica de los paquetes turísticos.
- Validez en los contenidos (estructura, mensaje tamaño): veracidad de la información, rigor de los servicios ofrecidos, capacidad de renovación y actualización.
- Menú de opciones para hacer la búsqueda más fácil.
- Fondos coloreados o con imágenes o fotografías.
- Bordes azules alrededor de las figuras interactivas.
- Colocación de iconos en vez de palabras subrayadas con azul.
- Estabilidad de la página en red y enlaces coherentes.
- Posibilidades de interacción con cliente de forma que pueda realizar consultas y obtener repuesta con un grado razonable de inmediatez y utilidad.

2) Características técnicas de la página web

La página web debe contar con las siguientes características técnicas:

a) Recopilación de información activa

Recoge información cuando el cliente la rellena y lo envía, como al completar un formulario de registro, suscribirse a un boletín electrónico, o al enviar un mensaje a través de un mecanismo de esta web de correo electrónico)

La información puede incluir identificación personal (por ejemplo, su nombre completo o un su número de documento de identidad) e información no reconocible personalmente, si fuera necesario el primer nombre y una lista de las tres cosas que les gustan de la web.

b) Información de registro

Permite mandar actualizaciones al cliente siempre y cuando este registrado.

c) Comentarios y sugerencias de los clientes

Se agradece a los clientes comentarios y sugerencias acerca de la página web, productos, servicios y programas. Este sitio contiene un mecanismo de respuesta por e-mail que permite enviar su propia dirección de e-mail, sus comentarios, adjuntos seleccionados y cualquier información que decida incluir.

d) Formulario de comentarios

La web contiene un formulario de recolección de comentarios en donde se pide de forma general su nombre, dirección de e-mail y sus comentarios. La información que decida enviarnos será utilizada para hacer seguimiento de sus comentarios, mejorar los servicios prestados y entender mejor las necesidades de los clientes. La información obligatoria y la opcional aparecerán claramente identificadas en los campos del formulario.

e) Información no identificable personalmente

La web podrá utilizar tecnologías especiales para recoger ciertos datos no identificables personalmente, incluyendo en nombre de su dominio de Internet, el tipo de buscador que utiliza, el sistema operativo que utiliza, la fecha y hora en las que ha visitado nuestra Web, las páginas específicas que ha visitado y la dirección de la página web que visitó justo antes de entrar en la web. Esto se realiza con el fin de mejorar la información en los sitios más concurrentes.

b. Estrategia 2. Suscripción en los principales buscadores alemanes

Se inscribirá la página web de la empresa en los principales buscadores gratuitos, además de algunos buscadores pagados, en el cuadro a continuación se escriben los buscadores en lo que se inscribirá:

Cuadro No. 21: Buscadores alemanes

BUSCADOR	PÁGINA WEB
Google	http://www.google.de
Yahoo	http://www.yahoo.de
Trip advisor	http://www.tripadvisor.de
Kolibri	http://www.kolibri.de
Dino-Online	http://www.dino-online.de
Flix	http://www.flix.de
Abacho	http://www.abacho.de
Metager	http://meta.rzn.uni-hannover.de
Klug Suchen	http://www.klug-suchen.de
Tigersuche	http://www.tigersuche.de
Allesklar	http://www.allesklar.de
Sharelook	http://www.sharelook.de
Hit-Net	http://www.hit-net.de
Die lotse	http://www.lotse.de
Dasi	http://www.dasi.de
Webtip	http://www.webtip.de
Fireball	http://www.fireball.de
Apollo7	http://www.apollo7.de
Bellnet	http://www.bellnet.de
Suchmaschine	http://suchmaschine.com
Latintravels	http://www.latintravels.de
Its-your-trip	http://www.its-your-trip.com

c. Estrategia 3. Inscripción en guías de viajes alemanas

La oferta una vez creada la empresa será incorporada en las principales guías de viajes alemanas que permitirán posesionar el nombre de “Ecuador Reisen” con el fin de comercializar y reconocer de una mejor manera sus productos y servicios. Entre las guías de viajes alemanas escogidas están:

Cuadro No. 22: Guías de viajes alemanas

NOMBRE	AUTOR	DESCRIPCIÓN	PAGINA WEB
Lonely Planet Reiseführer	Regis Saint locaux	Ecuador & Galápagos	http://shop.lonelyplanet.com/south-america/
Ecuador Reiseführer	Volker Feser	Ecuador y Galápagos	http://www.michael-mueller-verlag.de/de/shop/index.htm ecuador
DuMont Reise-Handbuch		Ecuador –islas Galápagos	http://shop.dumontreise.de/dumont/dumont-reihen/ecuador-galapagos-inseln..html
Reiseführer	Wolfgang Falkenberg	Ecuador y Galápagos	http://www.reise-know-how.de/ecuador-galapagos.html
Kulturführer	Jarrin, Raúl; Paffenhol, Julia	Cultura de Ecuador	http://www.reise-know-how.de/ecuador-p-496.html http://www.merian.de/suche/Ecuador
Merian Ecuador		Avenida de los Volcanes, Amazonia: vacaciones ecológicas en la selva, Quito.	http://www.amazon.de/MERIAN-Ecuador-Galapagos-Urlaub-Menschheit
Bergführer Ecuador	Günter Schmuldach	Ecuador y Galápagos	http://www.panico.de/de/panico_buecher/bergfuehrer/ecuador.php
Ecuador – Galapagos	Sonja Henne	Los mejores tours para trekking y senderismo	https://www.rother.de/index_wf.htm
Ecuador Galapagos / Apa Guide	Polyglott	Guía de Ecuador y Galápagos	http://www.polyglott.de/reise-fuehrer/suedamerika/ecuador-und-galapagos
Reise durch Ecuador und Galapagos	Dr. Andreas Drouve, Chistian Heeb	Viajes en Ecuador y Galápagos	www.verlagshaus.com
Schlaglichter Ecuador 2010	Daniel Kempken	Ecuador y Galápagos	http://www.danielkempken.de/schlaglichter/ecuador2010.htm

d. Estrategia 4. Informar del Ecuador en organizaciones, club y universidades alemanas.

Consiste en realizar una serie de actividades informativas mediante la presentación de charlas sobre el “destino Ecuador” en diversos clubs, organizaciones, universidades, con la finalidad de promocionar de forma boca- oído, y poder captar clientes además de posicionar la marca de la

empresa y generar confiabilidad. Para complementar la información se entregará material publicitario escrito de la tour operadora una vez que ésta se encuentre creada legalmente.

Cuadro No. 23: Club y organizaciones alemanas

Nombre del club u organización	Página Web	Lugar
Lions Club International	Lions.de Lions-osnabrück.de	Osnabrück
Rotary Verlags GmbH	Rotary.de	Osnabrück
Communication Club e.V.	Communication-club.de	Hamburg
Komitee Courage	komitee-courage.de	Bad Iburg
Avanti e.V.	Avanti-os.de	Osnabrück
Ecovillage e.V.	Ecovillage.de	Osnabrück
Elephant Osnabrück e.V	elephant-osnabrueck.de	Osnabrück
Res non verba e.V.	resnonverba.de	Osnabrück
Soziale Dienste SKM GmbH	abseits-online.de skm-osnabrueck.de	Osnabrück
Möwe GmbH	moewe-osnabrueck.de	Osnabrück
Per se! e.V.	per-se-ev.de	Osnabrück
Kukuk	Kukuk.de	Osnabrück
Mimmis e.V.	Mimmis.org	Osnabrück

d) Universidades y Escuelas Técnicas alemanas (Volks Hoch Shule)

Una forma económica de dar a conocer sobre el país y los productos turísticos que se ofertan, se realiza en las universidades y escuelas técnicas debido a que es el lugar al cual se puede llegar con mayor facilidad al público interesado, se ha considerado trabajar con algunas universidades situadas en ciudades aledañas a Osnabrück debido a que este mercado muestra interés por viajar al Ecuador y otros países de sudamérica.

Cuadro No. 24: Universidades y Escuelas Técnicas (VHS)

Universidades y Escuelas Técnicas en Alemania	Página Web	Ciudad
TFG/Touristikfachschule Guzay	touristikfachschule.de	Düsseldorf
SFT Schule für Tourismus Berlin GmbH	schule-tourismus.de	Berlin
FernAkademie Touristik	fernakademie-touristik.de	Münster
Fachhochschule Westküste	fh-westkueste.de	Heide
Hochschule Bremen	hs-bremen.de	Bremen
ISM /International School Of Management	Ism.de	Dortmund, Hamburgo

e. Estrategia 5. Viajes de familiarización o Fam trip

Se ofrecerán viajes de cortesía a operadores turísticos o agencias de viajes que estén enfocadas en ofertar productos en el área natural y cultural, presenten la apertura necesaria para comercializar nuevos productos del Ecuador, generen alta capacidad de demanda y frecuencia de viaje, además que promuevan viajes con grupos sostenibles para que ayuden a la conservación del ambiente.

La ejecución de fam trip se ejercerá con estricta vinculación con las operadoras de turismo y agencias de viajes con las que se compartirá la inversión de generar estos viajes de familiarización para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona.

El objetivo de estos viajes es lograr un mejor conocimiento del producto y una relación más cercana, mejorando la comercialización a futuro.

D. FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA OFERTA

1. Análisis económico

Para determinar el análisis económico se realizaron los siguientes cálculos:

a) Activo fijo, diferido y capital de trabajo

Cuadro No. 25: Balance inicial		USD
BALANCE INICIAL		
ACTIVOS		34.357,60
CORRIENTE		4.000,00
Bancos	4.000,00	
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES		28.857,60
Vehículo	32.000,00	
Dep. vehículo	(6.400,00)	
Muebles y enseres	2.000,00	
Dep. acumulada muebles y enseres	(200,00)	
Equipo de cómputo y oficina	1.000,00	
Dep. acumulada de equipo de cómputo y oficina	(100,00)	
Software	800,00	
Dep. acumulada de software	(242,40)	
ACTIVO DIFERIDO		1.500,00
Gastos de organización	1.500,00	
PASIVOS		
PATRIMONIO		10.000,00
CAPITAL SOCIAL	10.000,00	
PASIVO + PATRIMONIO		10.000,00
DIF ACTIVO - (PASIVO + PAT)		24.357,60

Cuadro No. 26: Activo fijo, diferido y capital de trabajo

INVERSIÓN INICIAL EN OPERADORA DE TURISMO		
CONCEPTO DE LA INVERSIÓN	VALOR USD	% SOBRE TOTAL INVERSIÓN
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		
Vehículos y Transportación		
Furgoneta Toyota Hiace 15 Pax	32.000,00	51%
Equipos y Suministros de Oficina		
Equipos de computación	1.600,00	3%
Equipos de oficina	900,00	1%
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	34.500,00	55%
INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES		
Derechos inclusión revistas y guías de viaje extr.	5.000,00	8%
Portal web	10.000,00	16%
Hosting y dominio	600,00	1%
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES	15.600,00	25%
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS	50.100,00	79%
INVERSION EN RRHH		
Coordinador de marketing	4.000,00	6%
Capacitación diversos campos	1.800,00	3%
TOTAL INVERSION EN RRHH	5.800,00	9%
OTRAS INVERSIONES MARKETING Y RRPP		
Bolígrafos, tarjetas, papelería, cd	800,00	1%
Catálogos tours	500,00	1%
Compra base de datos internacionales	900,00	1%
Pautas campañas contextuales (internet)	2.500,00	4%
Invitaciones RRPP	2.000,00	3%
Recuerdos para clientes	550,00	1%
TOTAL OTRAS INVERSIONES	7.250,00	11%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	63.150,00	100%

La inversión inicial que necesita la empresa es de 63.150, 00 dólares.

b) Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento para la creación y funcionamiento de la operadora de turismo serán por la aportación total de cada socio en diferente porcentaje como se muestra en el siguiente gráfico:

Cuadro No. 27: Fuentes de financiamiento

Nombre de los socios	Cantidad	Porcentaje
Daniela Fasssler	12.630,00	20%
Alexander Hess	12.630,00	20%
Maria Elisa Fassler	12.630,00	20%
Tatiana Flor	25.260,00	40%
Total	63.150,00	100%

c) Presupuesto de costos y gastos

Cuadro No. 28: Presupuesto costos y gastos

PROYECCION DE GASTOS						
Concepto	Gasto Mensual	Gasto Anual USD				
		2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS VARIABLES	250,00	171326,22	181605,80	192502,14	204052,27	216295,41
Mantenimiento de Vehículos	140,00	1680,00	1780,80	1887,65	2000,91	2120,96
Mantenimiento facilidades / equipos / infraestructura	30,00	360,00	381,60	404,50	428,77	454,49
Gastos de comunicaciones / web / teléfono intl/ otros	80,00	960,00	1017,60	1078,66	1143,38	1211,98
Contratación de servicios turísticos(6 pax)	14027,19	168326,22	178425,80	189131,34	200479,23	212507,98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2735,64	32827,68	34797,34	36885,18	39098,29	41444,19
Sueldos	2150,64	25807,68	27356,14	28997,51	30737,36	32581,60
Arriendo	350,00	4200,00	4452,00	4719,12	5002,27	5302,40
Servicios básicos y otros	40,00	480,00	508,80	539,33	571,69	605,99
Suministros y útiles de oficina	35,00	420,00	445,20	471,91	500,23	530,24

primas seguro / matriculas	160,00	1920,00	2035,20	2157,31	2286,75	2423,96
DEPRECIACIONES	561,87	6942,40	7358,94	7800,48	8268,51	8764,62
Depreciaciones (muebles y equipos)		200,00	212,00	224,72	238,20	252,50
Depreciaciones (vehículo nuevo)	533,33	6400,00	6784,00	7191,04	7622,50	8079,85
Depreciaciones (equipos computo oficina)	28,53	342,40	362,94	384,72	407,80	432,27
GASTOS DE MARKETING Y VENTAS	550,00	6600,00	6996,00	7415,76	7860,71	8332,35
Hosting y dominio Anual web	60,00	720,00	763,20	808,99	857,53	908,98
Gastos de RRPP	300,00	3600,00	3816,00	4044,96	4287,66	4544,92
Catálogos, papelería, promocionales	40,00	480,00	508,80	539,33	571,69	605,99
Inclusión en revistas / actualización datos	100,00	1200,00	1272,00	1348,32	1429,22	1514,97
Envíos / Courier	50,00	600,00	636,00	674,16	714,61	757,49
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos bancarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS USD	4097,51	217696,30	230758,08	244603,57	259279,78	274836,57
GASTO PROMEDIO MENSUAL USD		18141,36	19229,84	20383,63	21606,65	22903,05

Como se detalla en el cuadro No.28 la empresa para el año 2014 tendrá un total de gastos de \$ 217.696,30 anuales con un gasto promedio mensual de 18.141,36 dólares.

d) Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de ingreso se consideró el precio neto de cada paquete, multiplicado por la captación del 20 % por cada paquete (5) dando una sumatoria de 100% de captación de la demanda objetivo (0,5%) como se muestra en el cuadro No. 29.

Cuadro No. 29: Cálculo del precio

Nombre del tour	Duración	PRECIO POR PAX		
		2 Pax		
		Precio Neto USD	Captación por paquete (20%)	Total USD
Al paso del aventurero	15 Días 14 Noches	3230,00	77	247986,00
Amante de la naturaleza y la cultura	15 Días 14 Noches	2338,00	77	179466,00
Andes encantados	13 Días 12 Noches	1442,00	77	110717,00
Traumhaftes Galapagos”	8 Días 7 Noches	2661,00	77	204288,00
Integrando los 4 mundos	16 Días 15 Noches	3978,00	77	305373,00
TOTAL		13650,00	384	1047830,00

Todos los paquetes incluyen servicios de guianza, alimentación, hospedaje y entradas que se detalla en cada programa.

Cuadro No. 30: Ingreso por ventas

VENTA TOTAL POR PAQUETES			2 PAX	6 PAX
			13650	8564
AÑO	DEMANDA OBJETIVO (0,5%)	20% DE CAPTACIÓN POR CADA PAQUETE(5)	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL
2013	384	77	1047829,65	328712,09
2014	376	75	1026234,18	321937,43
2015	367	73	1003075,43	314672,36
2016	358	72	978221,18	306875,39
2017	349	70	951526,28	298501,00
2018	338	68	922831,31	289499,17
2019	327	65	891961,11	279814,95
2020	315	63	858723,08	269387,93
2021	301	60	822905,35	258151,64
2022	287	57	784274,76	246032,93

En el año 2014 se estima que la empresa tendrá un ingreso por ventas de 321 937 dólares anuales, calculado en base al precio de 6 pasajeros y con una captación de 20 % por paquete turístico. (observe el cuadro No. 30.)

e) Estado de resultados (balance de pérdidas y ganancias)

Cuadro No. 31: Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas brutas (ventas de paquetes) USD	321937,43	314672,36	306875,39	298501,00	289499,17
% ingresos por venta de paquetes	0,15	0,15	0,20	0,20	0,25
UTILIDAD BRUTA USD (Ventas Netas Operadora)	48290,61	47200,85	61375,08	59700,20	72374,79
(-) Gastos variables	171326,22	181605,80	192502,14	204052,27	216295,41
(-) Gastos de administración	32827,68	34797,34	36885,18	39098,29	41444,19
(-) Gastos de marketing y ventas	6600,00	6996,00	7415,76	7860,71	8332,35
(-) Depreciaciones	6942,40	7358,94	7800,48	8268,51	8764,62
TOTAL GASTOS USD	217696,30	230758,08	244603,57	259279,78	274836,57
UTILIDAD DE OPERACIÓN USD	104241,13	83914,28	62271,82	39221,22	14662,60
(-) Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTIL. ANTES ISR PTU	104241,13	83914,28	62271,82	39221,22	14662,60
ISR EJERCICIO	26060,28	20978,57	15567,96	9805,30	3665,65
PTU TRABAJADORES	3909,04	3146,79	2335,19	1470,80	549,85
UTILIDAD NETA USD	74271,80	59788,92	44368,67	27945,12	10447,10

Como se detalla en el estado de pérdidas y ganancias (cuadro No 31), en el primer año la utilidad neta será de \$ 74.272 mientras que en el quinto año será de \$ 10.447, las ventas brutas disminuyen debido a que la población alemana tiene un crecimiento muy lento.

f) Flujo de caja

Cuadro No. 32: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
CONCEPTOS/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
ORIGEN DE FONDOS					
Utilidad neta	74271,80	59788,92	44368,67	27945,12	10447,10
+Depreciación	6942,40	7358,94	7800,48	8268,51	8764,62
Subtotal USD	81214,20	67147,87	52169,15	36213,63	19211,72
TOTAL INGRESOS USD	81214,20	67147,87	52169,15	36213,63	19211,72
APLICACIÓN DE FONDOS					
Compra activos fijos	34500,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Compra activos intangibles / Contratación de Servicios	15600,00				
Contratación RRHH plan implementación	5800,00				
Otras inversiones plan marketing y RRPP	7250,00				
ISR anterior	0,00	26060,28	20978,57	15567,96	9805,30
PTU	0,00	3146,79	2335,19	1470,80	549,85
TOTAL APLICACIONES USD	63150,00	29207,07	23313,76	17038,75	10355,15
Superavit (Deficit)	18064,20	37940,80	28855,39	19174,87	8856,57
Saldo inicial caja	0,00	18064,20	56005,00	84860,39	104035,27
SALDO FINAL CAJA USD	18064,20	56005,00	84860,39	104035,27	112891,84

Como se detalla en el cuadro No 32, el flujo de caja para el año 2014 será de 18 064 dólares, mientras que para el año 2018 crecerá a 112 892 dólares.

g) Cálculo del punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se resta de las ventas netas los gastos fijos y variables, también se calculó por unidades de pasajero.

Cuadro No. 33: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
CONCEPTO / AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas Netas	321937,43	314672,36	306875,39	298501,00	289499,17
(-) Gastos Variables	171326,22	181605,80	192502,14	204052,27	216295,41
Margen Contribución	150611,21	133066,56	114373,25	94448,72	73203,76
(-) Gastos Fijos	46370,08	49152,28	52101,42	55227,51	58541,16
Utilidad Antes De Impuestos	104241,13	83914,28	62271,82	39221,22	14662,60
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN VALOR) USD	99117,89	116234,05	139793,57	174544,08	231512,93
Ingreso Promedio por Pax	855,30	940,83	1034,92	1138,41	1252,25
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN UNIDADES -PAX)	116	124	135	153	185

Como se observa en el cuadro No 33 en el año 2014 el punto de equilibrio alcanza un valor de \$99.118 y 116 pasajeros, con un incremento para el año 2015 de \$ 116.234 y 124 pasajeros.

h) Cálculo del periodo de recuperación del capital

Cuadro No. 34: Recuperación de la inversión

RECUPERACION DE LA INVERSION BASE FLUJO DE FONDOS					
CONCEPTO/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Neta	74271,80	59788,92	44368,67	27945,12	10447,10
+ Depreciaciones	6942,40	7358,94	7800,48	8268,51	8764,62
FLUJO DEL AÑO	81214,20	67147,87	52169,15	36213,63	19211,72
FLUJO ACUMULADO	81214,20	148362,07	200531,22	236744,85	255956,57
INVERSIÓN POR RECUPERAR	81214,20	14066,34	-38102,82	-74316,44	-93528,17
AÑOS POR TRANSCURRIR		0,2	0,0	0,0	0,0
TIEMPO DE RECUPERACIÓN (AÑOS)					4,0

La inversión realizada para la ejecución del proyecto es de USD 63.150,00 y su recuperación se efectuará dentro de cuatro años.

2. Análisis financiero

En el análisis financiero se manejaron indicadores como el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación costo beneficio para determinar la factibilidad del producto.

b) Valor actual neto

El valor actual neto del producto es el valor que indica el rendimiento económico que se obtendrá si el inversionista decide ejecutar el proyecto el cual presenta un valor de \$24.540,00.

De la inversión realizada (\$ 63.150,00) en el período se recuperarán \$ 24.540 dólares valor calculado con una tasa del 18%.

c) Tasa interna de retorno

El proyecto es viable, dado que la tasa interna de retorno “TIR”, es de 34 % (calculado con una tasa del 18%)

d) Relación beneficio costo

La información analizada establece la relación Costo/Beneficio que en este caso es igual a 1,79; es decir que es mayor que la unidad, determinando que el proyecto es positivo para los inversionistas. Además, la evaluación Costo/Beneficio indica que por cada dólar que invierta el emprendimiento recibirá USD 0,79 de utilidad.

VI. CONCLUSIONES

- A. El mercado alemán es susceptible de ser captado por la oferta turística ecuatoriana debido a que existe una demanda insatisfecha muy alta a pesar del lento crecimiento de la población. lo cual se convierte en un segmento clave para el desarrollo de la actividad turística.
- B. Los productos turísticos están diseñados en base a los gustos y preferencias del mercado alemán, se enfocan en actividades de naturaleza y cultura con una dosis de aventura dado que el segmento a captar es joven y procura desarrollar actividades que contribuyan al desarrollo sostenible de los sitios de visita.
- C. Las estrategias de comercialización son susceptibles de ser implementadas debido a que requieren baja inversión, con resultados óptimos de acuerdo a la experiencia de otras empresas que paulatinamente han ido incursionando en el ámbito turístico.
- D. El análisis económico y financiero muestra que el producto es rentable puesto que los indicadores muestra valores positivos y alentadores frente a otras oportunidades de inversión, así el VAN asciende a \$ 24.540 dólares al año, con una Tasa Interna de Retorno del 34% y una relación C/B de 1,79.

VII. RECOMENDACIONES

- A. Seguir promocionado con más fuerza el Ecuador para que el mercado alemán conozca de una mejor manera los productos turísticos que tiene el país a fin de captar un porcentaje más alto de turistas.
- B. Se recomienda comercializar los productos turísticos elaborados y seguir innovándolos de acuerdo a las nuevas tendencias del mercado alemán.
- C. Implementar las estrategias de comercialización ya que requieren una baja inversión, además de monitorear a la competencia para generar ventajas competitivas en el producto, lo cual provocaría incidencia en la decisión de compra.
- D. Establecer evaluaciones económicas y financieras periódicas con el fin de monitorear las ventas y medir los márgenes de rentabilidad que se generen para ir consolidando el producto y alcanzar la fidelidad del mercado.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone diseñar productos turísticos del Ecuador para el mercado alemán, donde se validó el estudio de mercado susceptible de ser captado por la oferta turística Ecuatoriana, realizado en la ciudad de Osnabrück, distrito Baja Sajonia Alemania, mediante la aplicación de encuestas se determinó el perfil del turista, para el análisis de la oferta se compiló información en una matriz de las tour operadoras alemanas que ofertan Ecuador analizando ventajas comparativas y competitivas, se calculó y analizó la demanda potencial, insatisfecha y objetiva del mercado a ser captado por el Ecuador, considerando el número de viajeros independientes. Para el diseño de los paquetes turísticos se consideraron las condiciones del estudio de mercado y constan de una estructura técnica, se enfocan en el área natural y cultural, priorizando sitios de mayor interés para el visitante los paquetes que se ofertan son: “Al paso del aventurero”, “Amante de la naturaleza y la cultura”, “Galapagos Traumhaft” y “Andes Encantados” e “Integrando los 4 mundos”, Se plantearon estrategias de comercialización de acuerdo al Marketing mix que son susceptibles a ser implementadas por su bajo costo y su gran eficacia, se comercializará mediante marketing electrónico y relacional. Promoción se va difundir a través del internet, guías de viajes, correos y charlas informativas del Ecuador en organizaciones, club y universidades alemanas. Para concluir la investigación se determinó que el producto turístico es factible mediante un análisis económico financiero y se recomienda implementarlo por que contribuirá al desarrollo sostenible de los lugares que dedican a la actividad turística.

.

IX. SUMMARY

This research aims to design tourism products of Ecuador for the German market, where market research proved capable of being captured by the Ecuadorian tourist offer, held in the city of Osnabruck, Lower Saxony district Germany, by applying surveys it was determined the profile of the tourist, to analysing comparative advantages, it was calculated and analysed the potential demand, unsatisfied and objective of the market to be captured by Ecuador, considering the number of independent travellers. For the design of tourist packages conditions were considered using market research and hold a technical structure, focus on the natural and cultural area, prioritizing sites of greatest interest to the visitor, the packages offered are: “On the step of the adventurer”, “Lover of the nature and culture”, “Dream Galapagos ”, Charmed Andes”, and “Integrating the 4 worlds”. Marketing strategies were raised according to e marketing mix, that are susceptible to be implemented by its low cost and great efficiency, it will be marketed through electronic and relational marketing , the promotion is going to be spread right through the Internet , travel guides, post and informative talk from Ecuador in organizations, clubs and German universities. To complete the investigation it was determined that the tourism products are feasible through a financial economic analysis and is recommended to implement it because it contributes to the sustainable development of places devoted to tourism.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ASTHALTER, T. 2012. T. 2012 GORUMA 2012 (en línea) consultado el 30. Jul 2012 disponible en:
<http://www.goruma.de/Laender/Europa/Deutschland/Wissenswertes/Pflanzen.html>
2. BACA, G. 2001. Evaluación de proyectos, cuarta edición , México, 17-45pp
3. BACA URBINA, G,2007 Fundamentos de ingeniería económica, 4ta Edición,. Editorial McGraw Hill, México, 2007.
4. BEAUFOND, 2006. Marketing Turístico: Un enfoque digital estratégico integrado (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos32/marketing-turistico-digital/marketing-turistico-digital.shtml>
5. BRAKENBURY, A. 2000. Gestión de Destinos Turísticos 2.0: de la Planificación Turística tradicional a la creación de clusters turísticos y destinos en redes: Funciones de destinos turísticos (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en :
<http://cloudtourism.pbworks.com>
6. BREALEY, M. 2008 Flujo de caja (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja
7. COTRINA, S. 2009. Presupuesto costos (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en:
<http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>
8. CLIMATE, D. 2012. Styleshout & Summerweb World Weather (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: <http://www.climatedata.eu/climate>
9. CRONQUIST, A.; HOLMGREN P. 1997 Vascular Plants of the Intermountain West, U.S.A., subclass Rosidae (except Fabales). 3A: 1–446. In A. J. Cronquist, A. H. Holmgren, N. H. Holmgren, J. L. Reveal & P. K. Holmgren (eds.) Intermount. Fl.. Hafner Pub. Co., New York.
10. DEPRECIACIÓN. NET. 2012 Depreciación (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.depreciacion.net/activos-fijos.html>

11. DIAZ, A.; AGUILERA V. 1998 Matemáticas Financieras. Segunda Edición. Editorial Mc. Graw Hill. Ejercicios Propuestos. 1,998. (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/amortizacion-gradual/amortizacion-gradual.shtm>
12. DRUKARCZYK, J 2008 Financiación, 10. Aufl., Stuttgart 2008 - Fuentes de financiamiento y usos de fondos (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Financiacion>
13. DVR (Deutschen Reise Verband) 2011 / Archivo Pdf Datos y cifras del mercado turístico alemán encuesta elaborado por Deutschen ReiseVerband (DRV)- Datos y cifras del mercado turístico alemán y las preferencias de destino de viajes a nivel mundial
14. EHRHARDT, M.; BRIGHAM, E. 2007. Finanzas Corporativas. Cengage Learning Editores. pp. 672.
15. ESTACIÓN METEOROLÓGICA103170, 2011. latitud, longitud, altitud,(en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.tutempo.net/clima/Osnabruck.htm>
16. GONZÁLEZ, J. 2007. Producto turístico (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2011b/956/Producto/turistico.htm>
17. GONZALEZ, C. 2009 Concepto de estrategia (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/henrym/henrym.shtml>
18. HAMILTON, W.; MARTÍN; P.; PAREDES, A. 2005. Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Convenio Andrés Bello. pp. 206. ISBN978-95-8698-174-3.
19. HARMS, F. 1984. Geologie des Osnabrücker Berglandes (Perm), Bramsche, 1984
20. HEINRICH, W. 1999, Vegetación y las zonas climáticas. Esquema de la ecología global. Ulmer, Stuttgart 1999, ISBN 3-8252-0014-0 .
21. IBIS, A. 2012. Definición de paquete turístico y características (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en <http://clubensayos.com/Negocios/Definición-PaqueteTururistico.html>
22. IGM, 2003. coordenadas geográficas (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: www.igm.gob.ec/cms

23. INAMHI, 2008. Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología Condiciones climáticas (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: www.inamhi.gov.ec
24. INSTITUTO ALEMÁN DE DESARROLLO ECONÓMICO, 2011. , Oficina Federal de cálculos estadísticos 2011
25. ITB BERLÍN, 2011 (Feria Internacional de Turismo Berlín),. Archivo Pdf Datos y cifras del mercado turístico alemán encuesta elaborado por Deutschen ReiseVerband (DRV)- Datos y cifras del mercado turístico alemán y las preferencias de destino de viajes a nivel mundial
26. JOUVE, V. ; ARIAS, G. 2012 Capital de trabajo (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en:http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/5924/6/17897_5.pdf
27. KIESO, D; WEYGANDT J.1997 Contabilidad Intermedia. Métodos de depreciación. México D.F: Limusa. 1997. p 549-572.
28. KOTLER, P.; Bloom P. ; Hayes T. 2004. del libro: El Marketing de Servicios Profesionales Primera Edición, de, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, Pág. 98.
29. KOTLER, P. 2002. Nichos de Mercado Dirección de marketing - Conceptos esenciales, Primera Edición. Philip Kotler, Prentice Hall, 2002, página 144.
30. LEÓN, C. 2012 activo diferido 2012 (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en:ww.temasdeclase.com/libros%20gratis/teoriabasica/captres/contable3_6.htm
31. LÓPEZ DUMRAUF, G. 2006, Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires.
32. MALHOTRA, N. 1997. del libro: «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, de, Prentice-Hall Hispanoamericana,, Págs. 90 al 92.
33. MCCARTHY, E. J. 1984. Producto precio plaza promoción Basic Marketing: a managerial approach (8º edición). p.46.Citado en Michael R. Czinkota; Masaaki Kotabe (2001). Administración de la mercadotecnia (2ª edición). Cengage Learning Editores
34. MECKEL, B. 2010. Osnabrück und Umfeld. Wenner, Osnabrück 2010
35. MÉNDEZ, J. 2007. Universidad Estatal a Distancia Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades, Comercialización del Producto Turístico

36. MERCADEO, H. 2011. La Internacionalización De Las Pequeñas Y Medianas Empresas biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: <http://www.eumed.net/libros.htm>
37. MEZA OROZCO, J. 2008. Matemáticas Financieras Aplicadas. ECOE EDICIONES. pp. 548.
38. MINISTERIO DE TURISMO, 2012 estadísticas de llegada al Ecuador- turistas alemanes
39. MUÑOZ, E. 2011. , Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de negocios relacionados con el turismo y ecoturismo / Componentes del análisis económico. Formato para la presentación de proyectos a nivel de estudios de factibilidad y análisis financiero
40. NARRO SERRANO, J. 2009 Punto de equilibrio (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.emagister.com/curso-hoteles-gestion-costes-2/analisis-punto-equilibrio>
41. NICOLAU, J. 2010. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de Alicante (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/7/Tema%207.pdf>
42. NUÑEZ, K. 2011. Demanda, (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml>
43. OFICINA FEDERAL DE ESTADÍSTICAS ALEMANIA, 2011. (en línea) consultado el 20. Jul 2012 disponible en: www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Bevoelkerungstand/Aktuell.html
44. OMT. 1996. Organización Mundial de Turismo, concepto de producto turístico
45. POPRITKIN, A. 2008. Tipos de mercado y Competencia (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda>
46. RANDALL, G. 2003. Del libro: «Principios de Marketing», Segunda Edición, de, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, , Pág. 120.
47. RANKIA, 2012 VAN. (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.rankia.com/blog/diccionario-financiero/1554462-van-valor-actual-neto>

48. REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS 2001. Clasificación agencias de viajes
49. SCHEFFER, M. 1992. Características del suelo et al pg. 427.
50. SECTUR, 2010. Secretaria Nacional De Turismo. Condiciones de contratación (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.sectur.gob.mx>
51. SIERRA, G.; LÓPEZ H., 2011. Ediciones Pirámide, S.A.1ª ed., (en línea) consultado el 23. Jul 2012 Análisis económico –financiero disponible en <http://www.gerencie.com/analisis-financiero.html>
52. SOLIS, R.; HERNÁNDEZ, L.; AMUNDARAIN, L. 2011 Presupuesto y estado de resultados (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos88/presupuesto-costo-y-gasto/presupuesto-costo-y-gasto.shtml>
53. SPIEGEL, M. 1991. fórmula Muestra, Estadística II edición en español México SA.188pp
54. SPILLER, EARL A., GOSMAN, M 1998. Contabilidad financiera. México D.F: Mc Graw Hill. Cálculo de depreciación 1988. p 307-314.
55. TIERRA, P. 2010. Texto Básico de Paquetes Turísticos
56. TOMPSON, I. 2008. Estudio de mercado (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: www.promonegocios.net/...mercados/definicion-investigacion-merca..
57. VALLS, F. 2000. "Gestión de destinos turísticos", Ed. Gestión, 2000. (en línea) consultado el 23. Jul 2012 disponible en: <http://cloudtourism.pbworks.com//DestinosTuristicos>

XI. ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA EN ESPAÑOL



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Reciba un cordial saludo, la presente encuesta tiene finalidad de conocer sus preferencias al momento de realizar un viaje. Por favor conteste las siguientes preguntas:

Género: Femenino () Masculino () Edad: _____

Nivel de Educación:

- | | | | |
|---------------|-----|------------------|-----|
| a. Primaria | () | c. Universitaria | () |
| b. Secundaria | () | d. Cuarto nivel | () |

1. ¿Con que frecuencia usted viaja fuera del país?

- | | | | |
|--------------------|-----|----------------------------|-----|
| a. Una vez al mes | () | d. Cada año | () |
| b. Cada tres meses | () | e. Cada 2 años | () |
| c. Cada 6 meses | () | f. Otros especifique _____ | |

2. ¿Cuál es el motivo del viaje?

- | | | | |
|---------------|-----|----------------|-----|
| a. Vacaciones | () | e. Cultura | () |
| b. Trabajo | () | f. Religión | () |
| c. Salud | () | g. Otros _____ | |
| d. Estudios | () | | |

3. ¿Cuándo usted viaja con quien lo hace?

- | | | | |
|-----------|-----|------------|-----|
| a. Solo | () | c. Familia | () |
| b. Pareja | () | d. Amigos | () |

4. ¿Con cuantas personas acostumbra viajar? _____

5. ¿Cuándo usted viaja cuánto gasta diariamente?

- | | | | |
|----------------|-----|---------------------------|-----|
| a. 50 - 100€ | () | c. 300 a 400€ | () |
| b. 100 - 200 € | () | d. Otro especifique _____ | |

6. ¿Generalmente en que fechas Ud. prefiere viajar?

- | | | | |
|--------------|-----|-------------|-----|
| a. Primavera | () | c. Otoño | () |
| b. Verano | () | d. Invierno | () |

7. ¿Conoce Usted Ecuador? Si () No ()

8. ¿Le gustaría viajar a Ecuador y Galápagos? Si () No ()

9. ¿Cuántos días dispone para visitar Ecuador y Galápagos?

- | | | | |
|-----------------|-----|---------------------------|-----|
| a. 7 - 9 días | () | d. Más de 21 | () |
| b. 10 - 15 | () | e. Otros especifique_____ | |
| c. 16 - 20 días | () | | |

10. ¿Qué le interesaría conocer de Ecuador?

- | | | | |
|----------------|-----|-------------------------|-----|
| a. Naturaleza | () | e. Salud | () |
| b. Cultura | () | f. Deportes de aventura | () |
| c. Museos | () | g. Galápagos | |
| d. Sol y Playa | () | | |

11. De las opciones escogidas anteriormente, que actividad es la que más le llama la atención?

- | | | |
|---------------------------------|-----|-------------------------------------|
| a. Naturaleza | | |
| 1) Visita a cascadas, Lagunas | () | 3) Observación de flora y fauna () |
| 2) Volcanes | () | 4) Galápagos () |
| b. Cultura | | |
| 1) Visita comunidades indígenas | () | 3) Música () |
| 2) Vestimenta | () | 4) Manifestaciones culturales () |
| c. Museos | | |
| 1) Museos históricos | () | 3) Jardines botánicos () |
| 2) Etnológicos o locales | () | |
| d. Playa | | e. Aguas termales () |
| 1) Visita a balnearios | () | |
| f. Deportes de aventura | | |
| 1) Trekking | () | 4) Biking () |
| 2) Climbing | () | 5) Snorkeling / buceo () |
| 3) Rafting | () | |

12. ¿Cómo le gustaría viajar a Ecuador?

- | | |
|-----------------------------|-----|
| a. Agencia de viajes | () |
| b. Organizado por su cuenta | () |

13. ¿Qué alimentación usted prefiere durante el viaje?

- | | | | |
|----------------------|-----|----------------|-----|
| a. Regional (típica) | () | c. Vegetariana | () |
| b. Internacional | () | | |

14. ¿Qué tipo de hospedaje le gustaría utilizar?

- | | | | |
|-----------|-----|---------------------------|-----|
| a. Hostal | () | c. Hostería | () |
| b. Hotel | () | d. Otros especifique_____ | |

15. ¿Cuál es su forma de pago?

- | | | | |
|-----------------------|-----|--------------|-----|
| a. Efectivo | () | c. Cheque | () |
| b. Tarjeta de crédito | () | d. Depósitos | () |

16. ¿Cuándo usted realiza un viaje; normalmente Usted se informa por?

- | | |
|---------------------------|-----|
| a. Internet | () |
| b. Televisión | () |
| c. Radio | () |
| d. Presa escrita | () |
| e. Guías turísticas | () |
| f. Familiares y amigos | () |
| g. Facebook y Twitter | () |
| h. Otros especifique_____ | |

Muchas Gracias

ANEXO 2
ENCUESTA EN ALEMÁN



POLITECHNISCHE HOCHSCHULE CHIMBORAZO
FACHBEREICH ÖKOTOURISMUS
RIOBAMBA - ECUADOR



UMFRAGE

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ich studiere Ökotourismus an der Universität von Riobamba und absolviere zurzeit ein halbjähriges Praktikum bei Go:Terra Travel, einem Reiseveranstalter in Osnabrück. Für meine Bachelor-Arbeit mache ich eine Umfrage über deutschen Tourismus in Ecuador. Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie den Fragebogen ausfüllen und mir zurückgeben würden. Vielen Dank im voraus!

Geschlecht: Weiblich () Männlich () Alter: _____

Schulbildung:

- | | | | |
|------------------------|-----|------------------|-----|
| a. Hauptschulabschluss | () | d. Berufsbildung | () |
| b. Realschulabschluss | () | e. Bachelor | () |
| c. Hochschulreife | () | f. Master | () |

1. Wie oft verreisen Sie ins Ausland?

- | | | | |
|---------------------|-----|-----------------|-----|
| a. Einmal im Monat | () | d. Jedes Jahr | () |
| b. Alle drei Monate | () | e. Alle 2 Jahre | () |
| c. Alle 6 Monate | () | f. Andere _____ | |

2. Aus welchen Gründen reisen Sie ins Ausland?

- | | | | |
|---------------|-----|-----------------|-----|
| a. Urlaub | () | e. Kultur | () |
| b. Arbeit | () | f. Religion | () |
| c. Gesundheit | () | g. Andere _____ | |
| d. Studium | () | | |

3. Mit wem verreisen Sie normalerweise?

- | | | | |
|---------------|-----|-----------------|-----|
| a. Alleine | () | c. Mit Familie | () |
| b. Ehepartner | () | d. Mit Freunden | () |

4. Mit wie vielen Personen verreisen Sie? _____

5. Wie viel geben Sie im Durchschnitt pro Tag für Ihre Reise aus?

- | | | | |
|----------------|-----|-----------------|-----|
| a. 50 - 100 € | () | c. 300 - 400 € | () |
| b. 100 - 200 € | () | d. Andere _____ | |

6. Zum welchen Jahrzeiten verreisen Sie am liebsten?

- | | | | |
|-------------|-----|-----------|-----|
| a. Frühling | () | c. Herbst | () |
| b. Sommer | () | d. Winter | () |

7. Kennen Sie Ecuador? Ja () Nein ()

8. Würden Sie nach Ecuador und Galapagos reisen? Ja () Nein ()

9. Wie viele Tage würden Sie in Ecuador und Galapagos verbringen?

- | | | | |
|-----------------|-----|-----------------|-----|
| a. 7 - 9 Tage | () | c. 16 - 20 Tage | () |
| b. 10 - 15 Tage | () | d. Über 21 Tage | () |
| e. Andere _____ | | | |

10. Was würde Sie in Ecuador am meisten interessieren?

- | | | | |
|-----------|-----|--------------------|-----|
| a. Natur | () | | |
| b. Kultur | () | e. Gesundheit | () |
| c. Museen | () | f. Abenteuer/Sport | () |
| d. Strand | () | g. Galapagos | () |

11. Nach der Beantwortung der Frage 10: Welche Aktivität würde Sie am liebsten machen?

a. Natur & Galapagos

- | | | | |
|-----------------------|-----|--------------------|-----|
| 1) Wasserfälle / Seen | () | 3) Flora und Fauna | () |
| 2) Vulkane | () | | |

b. Kultur

- | | | | |
|-------------------------|-----|--------------------------------|-----|
| 1) Indianische Orte | () | 3) Begegnung mit Einheimischen | () |
| 2) Landestypische Musik | () | | |

c. Museen

- | | | | |
|-----------------------|-----|----------------------|-----|
| 1) Historische Museen | () | 3) Botanische Gärten | () |
| 2) Heimatmuseen | () | | |

d. Den Strand besuchen und relaxen ()

e. Thermal Quelle ()

f. Abenteuersport

- | | | | |
|-------------|-----|------------------------|-----|
| 1) Trekking | () | 4) Biking | () |
| 2) Klettern | () | 5) Schnorcheln/Tauchen | () |
| 3) Rafting | () | | |

12. Wie würden Sie Ihre Ecuador-Reise planen?

- | | | | |
|-----------------------|-----|------------------|-----|
| a. Über ein Reisebüro | () | b. Selbst planen | () |
|-----------------------|-----|------------------|-----|

13. Wie würden Sie am liebsten während der Reise essen?

- | | | | |
|---------------------|-----|----------------|-----|
| a. Regional typisch | () | c. Vegetarisch | () |
| b. International | () | | |

14. Welche Art von Unterkunft möchten Sie verwenden?

- | | | | |
|------------|-----|-----------------|-----|
| a. Pension | () | c. Landhotel | () |
| b. Hotel | () | d. Andere _____ | |

15. Wie würden Sie die Reise bezahlen?

- | | | | |
|----------------|-----|-------------|-----|
| a. Bar | () | c. Rechnung | () |
| b. Kreditkarte | () | d. Schecks | () |

16. Wenn Sie eine Reise planen, wie informieren Sie sich?

- | | |
|--------------------------|-----|
| a. Internet | () |
| b. Fernseher | () |
| c. Radio | () |
| d. Werbung | () |
| e. Zeitung | () |
| f. Reisebücher | () |
| g. Familie und Freunde | () |
| h. Facebook oder Twitter | () |
| i. Andere _____ | |

Vielen Dank

ANEXO 3

MATRIZ COMPARATIVA DE OPERADORAS TURÍSTICAS ALEMANAS QUE OFERTAN ECUADOR

No	OPERADORAS	ECUADOR	ECUADOR Y GALÁPAGOS (Planificación del viaje)	Nº DÍAS	PRECIO	INCLUYE	NO INCLUYE	CONDICIONES DE PAGO
1.	a&e erlebnis: reisen	Sierra Norte, Centro y Sur	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Volcán Pululahua y Mitad del Mundo - Otavalo - Cuicocha - P. N. Cotopaxi - Quilotoa - Pailón del diablo - Chimborazo - Nariz del diablo, Ingapirca, cuenca - P. N. El Cajas - Gualaceo y Guayaquil - 5 días Galápagos - Baltra - Puerto Ayora 	18	3 900€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos trasatlántico y nacional. - Hospedaje (hoteles de clase media) - Alimentación de acuerdo al itinerario - Transporte (vehículos privados) - Paseos en barco - Boleto del tren (Riobamba – Alausí) - Excursiones y visitas turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> - Las bebidas y otras comidas no especificadas - Propinas y gastos personales - Entrada al Parque Nacional Galápagos (\$ 100 por persona) - Galápagos tarjeta de migración (\$ 10 por persona) - Costo de habitación simple: <p>\$420</p>	<p>Depósito del 20% del costo viaje</p> <p>El pago final: 21 días antes de la salida.</p> <p>En caso de cancelación: 30 - 29 días antes de la salida: 25% del precio</p> <p>15-14 días: 50%</p> <p>8 días: 60%</p> <p>7 días: 80%</p>

			- Isabela			- Entradas - Guía de habla alemana - Literatura de viaje		
2.	Accept reisen GmbH & Co. KG	Sierra Norte Centro Sur Rio Napo Quito Mindo Antisana Otavalo Quilotoa Yasuní	- Quito - Coca Zancudo Cocha (proyecto en el Putumayo con la WWF) - Tour en la selva Peruana, - Estación de cría de Tortugas de río Arapaima - Cena con la comunidad Zancudo o Cocha - Coca - Baños - Ingapirca - Cuenca - Guayaquil - 5 días en las Islas Galápagos Santa Cruz Isabela	21	4 099€	- Vuelos Internacionales - Alojamiento seleccionado - Guía de habla alemana - Alimentación - Entradas programadas - Folleto con información detallada - Etiquetas para maletas - Donación a la WWF 30 euros	- Bebidas en las comidas - Entrada Parque Nacional - Propinas seguro de viaje	Depósito del 10% del precio del viaje, y saldo 30 días antes de la salida. En caso de Cancelación: 46 días antes de la salida: 30% 45- 30 días: 40% 29- 14 días: 50% 13 -7 días: 60% 6- 1 día: 80% De no presentarse: 90%
3.	América Andina	Sierra N.C.S.	- Quito - Cuicocha	15	3 445€	- Vuelos Internacionales - Hospedaje	- El impuesto de salida - Bebidas alcohólicas	Deposito del 10% y saldo 30 días antes de la salida

	GmbH & Co KG	Treking del cóndor Rafting Guayaquil El Ángel Papallacta	<ul style="list-style-type: none"> - Otavalo - Cotococha Lodge - Baños - Quito - Galápagos - Baltra - Santa cruz - Floreana - Isabela y Santa cruz 			<ul style="list-style-type: none"> - Alimentación de acuerdo al itinerario - Excursiones de montaña - Entradas a parques nacionales y reservas naturales. - Transporte - Guía de montaña 	<ul style="list-style-type: none"> - Comidas fuera del itinerario - Costos de cancelación del viaje y otros Seguros <p>Costo de habitación simple: 430€</p>	<p>En caso de cancelación</p> <ul style="list-style-type: none"> - 46 días antes de la salida 10% del precio - 45 a 30 días: 15% - 29 a 15 días: 30% - 14 a 7 días: 50% - 6 días: 70% - 5 a 0 días 80%
4.	Aventoura GmbH	Sierra N.C. Amazonía Costa Mindo Mompiche Mache Chindul	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Mindo - Peguche - Otavalo - Cuicocha - Papallacta - Cotopaxi - Baños - Guamote - Nariz del diablo - Ingapirca - Cuenca - Milagro proyecto de Cacao UNOCACE - Guayaquil - (Santa Ana) - Santa cruz - Estación Chales 	21	4490 €	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo Internacional IB Frankfurt, Berlín, Múnich, Düsseldorf y Viena - Hospedaje en hoteles de clase media con desayuno incluido. - Alimentación según el Cronograma - Guía de habla alemana - Transporte - Todas las entrada parques nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al P.N. Galápagos. - Impuestos en Puerto Villamil (5 \$) - Costo de habitación simple: 300€USD 	<p>Depósito del 10% del precio y el saldo 30 días antes de la salida.</p> <p>En caso de cancelación mínimo 30 días antes de la salida.</p> <p>29 días: 10%</p> <p>28 a 14 días: 30% 13 a 7 días: 60%</p> <p>6 días: 80%</p> <p>Programa de contribución a la Atmosfera (165 €)</p>

			<ul style="list-style-type: none"> Darwin - Isabela - Grieta de las Tintoreras - Lago Ninfas - Tortuga Bay - Bartolomé 			planeadas		
5.	Baviera Fernreisen GmbH, Bad Vilbel	Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - P. N. Cotopaxi - Galápagos - Seymour - Isabela - Fernandina - Santa cruz - Floreana - Baltra - Guayaquil 	11	4598€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos Internacional IB o LAN y Nacionales. - Hospedaje - Alimentación - Guías de habla alemana durante el programa - Tour líder alemán - Guía Naturalista en Galápagos 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al Parque Nacional Galápagos - Tarjeta de Control - Comidas y bebidas no menciona-das - Propinas - Gastos personales - Seguro de viaje 	En caso de Cancelación: 30 días antes de la salida 20% del precio 29 a 22 días antes: 25% 21 a 15 días: 35% 14 a 8: 50% 7 a 2: 65% 1-0 días: 80%
6.	Chamäleon Reisen GmbH	Sierra N.C.S.	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Cuicocha - Otavalo - Cotopaxi - Papallacta - 3 días selva (rio Napo) - Baños - Nariz del diablo - Ingapirca 	15	3 999€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo internacional IB. - Transporte (minibús) - Hospedaje - Alimentación - Boleto del tren (Nariz del diablo) - Entradas - Certificado de 100 	Costo de la Habitación Simple: 599 €	Cancelación 121días antes de la salida 10% 120 a 60 días: 25% 59 a 31 días: 50% 30 a 8 días: 70% 7 días: 80%

			<ul style="list-style-type: none"> - Cuenca - Guayaquil - Viaje de regreso 			<ul style="list-style-type: none"> - m² de selva tropical - Guía habla Alemana 		
7.	Dertour GmbH & Co.KG	Sierra N.C.S.	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Papallacta - Cotopaxi - Riobamba - Nariz del diablo - Cuenca - P.N. Cajas - Guayaquil - Santa Cruz - Seymour Nord - Plazas - Bartolomé - Santa Cruz - Baltra - Guayaquil - Alemania 	14	5 338€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos internacional y nacional Iberia y LAN - Traslados y visitas según itinerario - Hospedaje en clase media alta - Entradas - Alimentación de acuerdo al itinerario - Pensión completa en Galápagos - Guía de habla alemana e Inglés 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al P. N. Galápagos (\$100) - Tarjeta de Control de Tránsito (USD 10) - Excursión opcional 	<p>Salida garantizada a partir de 2 personas.</p> <p>Deposito del 25%</p> <p>Pago final 28 días antes de la salida</p> <p>En caso de cancelación hasta los 28 días antes de la salida</p>
8.	Diamir Erlebnisreis en GmbH	Sierra NCS Pasochoa Mindo	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Mitad del Mundo - Otavalo - Laguna Cuicocha - P. N. Cotopaxi - Laguna Quilotoa - Baños 	18	3 590€	<ul style="list-style-type: none"> - Hospedaje - Alimentación - Guía de habla alemana - Transporte (vehículo privado) - Paseos en barco - Boleto de Tren 	<ul style="list-style-type: none"> - Comidas y Bebidas no planificada - Excursión opcional - Entradas Parque Nacional Galápagos - Tarjeta de migración Galápagos 	<p>En caso de cancelación:</p> <p>121días antes pago de 50, - € por Pax.</p> <p>120 a 96 días: 5%,</p> <p>95 a 46 días: 15%</p> <p>45 a 29 días: 25% 28 a 15 días: 45%</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Nariz del Diablo - Cuenca - P. N. Cajas - Gualaceo - Galápagos - Isabela - Baltra - Puerto Ayora - Santa Cruz - Isabela - Flamingo 			<ul style="list-style-type: none"> - Riobamba – Alausí - Literatura de viajes 	<ul style="list-style-type: none"> - Alquiler de traje de neopreno, Propinas 	14 a 7 días: 75% 6 días: 90%
9.	Ecuador Discover / Sommer Fernreisen GmbH	Sierra N.C.S. Concordia Machalilla Cuyabeno Isla de la plata Yasuní Coca Guayaquil Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Cuicocha - El ángel - Chasqui - Sangolquí - Mitad del mundo - P. N. Cotopaxi - Baños - Puyo Omaere - Ingapirca - Cuenca - Guayaquil - Galápagos, Santa Cruz - Bahía - Isabela - Seymour 	25	4 245€	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de habla alemana - Vuelo internacional con Iberia - Vuelos nacionales - Transporte - Traslados en Galápagos - en lancha rápida - Hospedaje 3-4-estrellas - Alimentación según el itinerario - Excursiones mencionadas en el programa - Seguros de 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al Parque Nacional Galápagos - Tarjeta de tránsito - Isabela puerto \$ 5 por persona, - servicios no mencionados - bebidas y gastos personales - seguros - propinas 	En caso de cancelación 90 a 65 días antes de la salida 30% del precio del viaje 64 - 31 días: 60% 30 - 15 días: 80% 14 días: 90% 13 - 0 días: 90%

			<ul style="list-style-type: none"> - Guayaquil - Los Frailes - Isla de la plata 			insolvencia		
10.	Erlebe-Ecuador	Amazonía costa Sierra N.C.S. Quilotoa	<ul style="list-style-type: none"> - Guayaquil - Quito - Otavalo - Cotopaxi - Baños - Tena - Riobamba - Alausí - Cuenca - Guayaquil - Galápagos - Guayaquil 	21	2 512€	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento con desayuno - Alimentación según itinerario - Transporte - Excursiones en la selva / Tena - Boleto de tren a la Nariz del Diablo, - 5 días de crucero en las Islas Galápagos con pensión completa 	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos internacionales - Entrada Parque Nacional Galápagos - Bebidas - Propina y - Otras comidas - Excursiones personales 	En caso de cancelación 21 días: 40% 20 a 14 días: 60% 13 a 8 días: 70% 7 días antes de la salida 95% del precio del viaje
11.	Extratour Tauch- & Viajes culturales	Pujilí P.N. Cotopaxi Quito- Lago Agrio Tapir Lodge en Cuyabeno Puerto Bolívar	Buceo en Galápagos en diversas islas	7	5 881€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo Internacional Iberia y nacional - Hospedaje a bordo del Agresor II - Pensión completa - bebidas alcohólicas locales - 2 - 4 inmersiones por día - Guía de buceo 	Buceo restringido en el primero y último día	En caso de Cancelación: 60 Días antes de la salida 20% del precio 30 días: 50% 29 días: 90%

12.	Frosch Sportreisen		<ul style="list-style-type: none"> - Quito Histórico - Mitad del mundo - Papallacta. - Treking del Cóndor - Antisana - Sincholagua - P.N. Cotopaxi: - Cumbre - Baños <p>Paseo a Caballo, visita al Tungurahua</p> <p>"Pailón de Inés María".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bici tour al Puyo - Puerto Napo - Misahuallí - Otavalo. - Laguna - Cuicocha - Peguche - Quito - Alemania 	20	3550€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo regular con Iberia - Hospedaje en los hoteles de la clase media y carpa durante el trekking. - Alimentación de acuerdo al itinerario - Guía de habla alemana - Traslados en minibús privado o jeep - Visitas y excursiones - equipamiento para el treking del Cóndor, caballos y el paquete de y bicicletas de montaña 		<p>En caso de Cancelación: 31 de días antes de la salida 20%</p> <p>30 días: 25%</p> <p>22 días: 35%</p> <p>15 días: 50%</p> <p>8 días: 70%</p> <p>2- 0 días: 90% del precio del viaje.</p>
13.	Gebeco GmbH & Co KG		<ul style="list-style-type: none"> - Quito. - Mitad del Mundo - Baños - P. N. Cotopaxi - Otavalo 	12	4 480€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos Internacional y Nacional - Alojamiento en hotel y crucero en 		<p>Hasta 60 Días antes de la salida 15%</p> <p>59 a 30 días: 25%</p> <p>29 a 15 días: 50%</p> <p>14 días: 80%</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Santa Cruz - Puerto Ayora - Seymour - Bartolomé - Plaza sur - Punta Pitt - Isla Lobos - San Cristóbal - Española - Floreana - Santa Fé - Santa Cruz 			<ul style="list-style-type: none"> - Galápagos - Alimentación de acuerdo al itinerario - Guía de habla alemana - Visita al proyecto Cutuglagua - Paseo en teleférico - Entradas y honorarios Parque Nacional Galápagos - información de viajes - Literatura de viajes 		por el incumplimiento de viajar un 90%
14.	Go: Terra travel		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Cuicocha - Cotacachi - Otavalo - Papallacta - P. N. Cotopaxi - Baños - Riobamba - Ingapirca - Cuenca - Guayaquil 	14	4 830€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos Internacionales IB, LAN - Alojamiento en hoteles de clase media alta - Excursiones en barco a las Islas Galápagos como - - Guía de habla alemana 		En caso de cancelación a 30 Días antes de la salida 20% 29 a 22 días: 40% 21 a 11 días: 70% 10 días: 100%

			<ul style="list-style-type: none"> - Baltra - Santa Cruz - Seymour - Bartolomé - Plaza Sur - Baltra - Guayaquil 			<ul style="list-style-type: none"> - Alimentación - Transporte - Seguro de Insolvencia 		
15.	Ikarus Tours GmbH	Galápagos Otavalo Zuleta Cotopaxi	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Cotopaxi Riobamba - Cuenca Vilcabamba - P.N. Podocarpus - Zaruma - Puyango - Guayaquil - Ruta del Sol Pto. López - Isla de la Plata - P. N. Machalilla - Montecristi - Galápagos 	21	3 390€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos Internacionales British Airways incluyendo de las - Alojamiento - Alimentación según itinerario - Transporte - visitas turísticas, excursiones incluyendo entradas - Guía de habla alemana y de inglés en Galápagos 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al Parque Nacional Galápagos <p>Nota: Los cambios en el programa están sujetos a la visitación de Galápagos se debe al turismo responsable y la conservación de lugar</p>	<p>En caso de Cancelación hasta 45 días antes de la salida: 10%</p> <p>30 días: 30%</p> <p>15 días: 50%</p> <p>14 días: 75%.</p>
16.	Karawane Reisen GmbH & Co. KG	Napo Wildlife Center Laguna Quilotoa	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Coca - Amazonía Ecolodge & Spa - Quito 	12	4 620€	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de habla alemana (excepto La Selva Ecolodge) - En el Crucero: (Guías naturalistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Comidas - Bebidas - Gastos personales - propinas - Entrada al Parque 	<p>Depósito del 20% para la reserva, y el saldo 60 días antes de la salida. En caso de Cancelación 61 días: 20%</p> <p>60 a 0 días: 90%.</p>

		Mashpi Lodge Cuenca - Machala	<ul style="list-style-type: none"> - Galápagos - San Cristóbal - Floreana - Santa Cruz Baltra - Guayaquil 			<ul style="list-style-type: none"> - de habla inglesa - Hospedaje - Alimentación - Entradas, excursiones según el programa - Vuelo internacional KLM y Nacional 	Nacional Galápagos	
17.	KIWI TOURS GmbH		<ul style="list-style-type: none"> - Guayaquil - Galápagos - San Cristóbal: - León Dormido - Lobos - Floreana Isabela: - Sierra Negra Los Túneles - Las Tintoreras Muro de las Lágrimas - El Finado - Playa Grande: - Santa Cruz Tortuga Bay: - Isla deshabitada - Galápagos 	12	4999/54 00€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos internacionales (IB) nacionales (GYE- Galápagos) - Hospedaje hoteles de clase media - Transporte - Alimentación según Itinerario - Excursiones y visitas según itinerario - Guías de habla alemana o de habla Inglés - Transporte de equipaje 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada Parque nacional Galápagos - Seguro de viaje para el Ecuador - Gastos personales como otras comidas - Propinas - mini bar - llamadas etc. 	En caso de cancelación 30 de días antes de la salida 10% 29 a 15 días: 35% 14 a 8 días 55% 7 -0 días 80% del precio del paquete correspondiente.

18.	Latusa-reisen		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Mitad del mundo - Otavalo - Cotopaxi - Riobamba - Nariz del Diablo - Ingapirca Cuenca - El Cajas Guayaquil - Quito - Galápagos Floreana - Española - San Cristóbal Quito 	12		<ul style="list-style-type: none"> - Excursiones planificadas - viaje en tren a través de la nariz del Diablo - Transporte - Alimentación - Guía de habla alemana - Galápagos pensión completa 	<ul style="list-style-type: none"> - Gastos personales como otras comidas - Propinas - Mini bar - llamadas 	reembolso es equivalente a la totalidad del precio del servicio de viajes, si cumplen con los términos y condiciones generales
19.	Lernidee Erlebnisreis en GmbH, Marketing		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - hacienda Andes-Cowboys en Machachi. - Laguna Quilotoa P. N. Cotopaxi - Nariz del diablo - Cuenca - Guayaquil - Galápagos –Santa Cruz - Isabela - Isabela - Fernandina 	16	7 300€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos internacionales y nacionales - Crucero en Galápagos - Hospedaje - Alimentación según el itinerario - Guía de habla alemana - Traslados y excursiones - Entradas en los destinos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al Parque Nacional Galápagos \$100 - Tarjeta de Tránsito (\$ 10) - Propinas 	Gastos de cancelación 92 días antes de la salida: 15% del precio 91- 42 días: 45% 41 - 1 días: 80% 10 días: 90%

			<ul style="list-style-type: none"> - Santiago e isla Rábida - Sombrero - Santa Cruz 			<ul style="list-style-type: none"> ofrecidos - Literatura de viajes 		
20.	Marco Polo Reisen GmbH		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Lago San Pablo - Otavalo - P. N. Cotopaxi - Quilotoa - Pujilí - Baños. - Pailón del Diablo. - Riobamba - Nariz del diablo - Ingapirca. - Cuenca - P.N. El Cajas - Islas Galápagos: - Seymour, - Bartolomé - Isabela - Fernandina, - Española - San Cristóbal Santa Cruz 	14	5 500€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos con KLM o IB - Vuelos nacionales - Traslados - Excursiones - Alojamiento en hoteles y a bordo - Alimentación específicas del programa diario - Todas las entradas de los el parque nacionales - Guía de habla alemana - Durante el crucero guía naturalista multilingüe 	Costo de los programas alternativos.	<p>46 días antes de la salida 25% del precio</p> <p>45-22 días: 30%</p> <p>21- 15 días: 40%</p> <p>14-8 días: 60%</p> <p>7 - 0 días: 80%</p>
21.	Mediplus		<ul style="list-style-type: none"> - Quito 	16	3 119€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo internacional 	- Entrada al Parque	En caso de cancelación:

	Reisen GrupoGmb H		<ul style="list-style-type: none"> - Otavalo - Cuicocha - Quito Refugio del Guagua Pichincha. - P.N. Cotopaxi - Salcedo - Baños - Riobamba - Alausí - Cuenca - Gualaceo - Chordeleg - P. N. El Cajas - Guayaquil - Santa Cruz - Seymour - Punta Carrión 			LAN y Nacional <ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento - Alimentación según el itinerario - Transporte - Paseo en tren (Nariz del Diablo) - Guía de habla alemana 	Nacional Galápagos <ul style="list-style-type: none"> - Tarjeta de migración - Propinas para el guía local y conductor Suplemento habitación individual a partir de 527, - € por persona	30 días: 20% 22 días: 30% 15 días: 40% 9 días: 55% 2 días: 75% 1 a 0 días: 90%.
22.	Meier's Weltreisen		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Papallacta - P.N. Cotopaxi - Laguna Quilotoa - Riobamba - Nariz del Diablo - Ingapirca - Cuenca - Todos Santos 	16	2 140€	<ul style="list-style-type: none"> - Guía turístico de habla alemana - Paseo en tren a través de las montañas de la Nariz del Diablo - Transporte - Traslados y excursiones - Hospedaje 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada al Parque Nacional - Tarjeta de Control de Tránsito - comidas y bebidas no anunciadas - Excursiones opcionales - Propinas 	En caso de cancelación : 31 días antes de la salida: 20% del precio 30 días: 50% 20 días: 80%

			<ul style="list-style-type: none"> - P.N. El Cajas - Guayaquil - Baltra - Santa Cruz - Seymour - Plazas - Bartolomé - Santa Fe - Floreana - Isabela - Baltra - Guayaquil o Quito. 			<ul style="list-style-type: none"> - Alimentación - Impuesto de salida nacional en Quito y Guayaquil 		
23.	Miller reisen	<p>Cuicocha Cotacachi Ibarra Salinas Guayaquil duran (tren)</p> <p>Duración de 12 días con un costo de 4335€</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Papallacta - P.N. Cotopaxi - Riobamba - Nariz del Diablo - Ingapirca - Cuenca - P.N. Cajas - Guayaquil - Galápagos - Guayaquil - Alemania 	14	3 799€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos Internacional con Lufthansa, KLM o LAN / Iberia - Hospedaje en hoteles de clase media - Alimentación - Excursiones, visitas y entradas según se describe - Transporte - Guía local de habla alemana - Contribución medio ambiental "Green Air" 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada Parque Nacional Galápagos - Derechos portuarios \$ 45 - Propinas bebidas y - Gastos personales <p>Costo de habitación Simple 460 €</p>	<p>Gasto de cancelación:</p> <p>30 Días antes de la salida del 20% del precio total</p> <p>22 días: 30% 15 días: 50% 8 días: 60% 4 días:80%</p>

24.	Nachhaltige r-reisen	Cuyabeno sierra N.C.S rafting en Baños	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Cuicocha - Lago San Pablo, - Cotacachi - Otavalo - P. N. Cotopaxi - Papallacta - Amazonia - Baños - Riobamba nariz del diablo - Ingapirca - Cuenca, - El Cajas - Guayaquil 	14	2 695€	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento en hoteles de clase media - Alimentación según el itinerario - Guía de habla alemana - Excursiones indicadas - Transporte - Vuelos Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Seguros de viaje - Gastos personales - Comidas y bebidas no mencionadas - Propinas - Gastos personales 	Depósito del 10 % cantidad del precio del viaje: y pago final 30 días antes de la salida
25.	Napur tours GmbH	<ul style="list-style-type: none"> - Host - ería - Cuel - lo de - Luna - Lod - ge - Hak - una - Mata - ta - Lod - ge 	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Cuicocha. - Cotacachi - Otavalo - P.N. Cotopaxi - Papallacta - Baños - Nariz del diablo - Riobamba. - Guamote - Ingapirca - Cuenca - P.N. Cajas 	23	4 590€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos internacional y nacionales - Transporte - Guía turístico de habla alemana - Hospedaje - Alimentación según el Itinerario Boleto de tren - Entradas - Lodge Hakuna Matata y Gareno 	<ul style="list-style-type: none"> - Comida y bebidas no mencionadas - Propina - gastos personales - Entrada Parque Nacional Galápagos \$110 - Traje de neopreno <p>Costo de la Habitación simple 390,- €</p>	<p>En caso de cancelación: 30 días antes de la salida: 20% del precio</p> <p>29 a 15 días: 40%</p> <p>14 a 8 días: 60%</p> <p>7 días: 80%</p> <p>6 - 0 días: 90%</p>

		Gare n	<ul style="list-style-type: none"> - Guayaquil - Galápagos - Baltra - Santa Cruz - Tortuga Bay - Floreana - Bahía - Puerto - Velasco - Ibarra - Santa Fe - Garrapatero - Bartolomé - Isabela - Playa Concha y Perla - GYE 					
26.	Natur- und Erlebnis reisen GmbH	Treking nevados Galápagos 5 días	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Cuicocha - Papallacta - Amazonia - Baños - Guamote - Riobamba - Nariz del diablo - Ingapirca - Cuenca - El Cajas 	17	1 980€	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte - Guía de habla alemana - Hospedaje en hoteles seleccionados y haciendas - Alimentación - Entrada, iglesias, etc. - Paseo en tren por la Nariz del Diablo - Paseos en barco en el delta del Guayas 	<ul style="list-style-type: none"> - Comidas no mencionadas, bebidas - Propinas - otros gastos personales - Impuesto de aeropuerto a la salida en Guayaquil (USD 28, -) 	Después de firmar el contrato depósito del 20% del precio a pagar. El saldo debe pagarse 4 semanas antes de la salida, siempre y cuando el viaje este confirmado

			<ul style="list-style-type: none"> - Guayaquil - Puerto El Morro - Extensión - Puerto López - Isla de la plata - Los frailes - GYE 					
27.	Papaya tours	Galápagos Amazonia Sierra NCS Treking Hakuna Matata Lodge	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Papallacta - Baños - Pujilí - Quilotoa - P.N. Cotopaxi - Reserva Chimborazo - Ingapirca - Cuenca - P.N. Cajas - Guayaquil - San Cristóbal - Floreana - Isabela - Santa cruz 	23	3 999€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo Nacional e internacional con LAN - Transporte - Boleto del tren. - Hospedaje con desayuno - Comidas según itinerario - Actividades incluidas en el programa con todo el equipo - Guía de habla alemana 	<ul style="list-style-type: none"> - Comidas no mencionadas - Bebidas - Propinas - Otros gastos personales - Entrada al Parque Nacional Galápagos 	Gastos de cancelación 30 Días antes de la salida 15% del precio del viaje 29- 15 días: 30% 14 a 7 días: 60% 6 días: 80% del precio del viaje
28.	Reisebüro Berlin		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Ibarra - Cuicocha - Cotacachi 	15	4 489€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo internacional - Alojamiento - Transporte - Guía turístico de habla alemana 	<ul style="list-style-type: none"> - Impuesto de salida Guayaquil - Entrada al Parque Nacional Galápagos 	En caso de cancelación hasta 121 días antes de la salida 130 € Pax de 120 - 91 días: 20% 90 - 66 días: 30% 65 - 45 días: 75%

			<ul style="list-style-type: none"> - P. N. Cotopaxi - Baños - Riobamba nariz del diablo Ingapirca - Cuenca, - Guayaquil, - Galápagos 			<ul style="list-style-type: none"> - Traslados y excursiones según itinerario - Boleto de tren - Comidas según itinerario 		<p>44 - 30 días: 85%</p> <p>29 días: 90%</p>
29.	Ruppert Brasil GmbH	Amazonía Sacha lodge Guayaquil UIO	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Papallacta - P. N. Cotopaxi - Baños - Riobamba - nariz del diablo - Ingapirca - Cuenca - Gualaceo - Chordeleg - P. N. El Cajas - Guayaquil 	9	1 720€ paquete a galápagos (costo extra)	<ul style="list-style-type: none"> - Hospedaje de clase media 3 a 4 estrellas con desayuno - Alimentación según itinerario - Transporte - Excursiones - Entradas mencionada - Guía de turismo habla alemana 		<p>Depósito del 20% del precio.</p> <p>saldo restante hasta 31 días antes de la salida</p> <p>Gastos de cancelación</p> <p>30 días antes de la salida</p> <p>20%</p> <p>29 a 22 días: 25%,</p> <p>21 a 11: 30%,</p> <p>10 días: 50%.</p>
30.	Solecu Tours GmbH	Sierra Costa amazonia Ruta del café	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Otavalo - Papallacta - Amazonía - Baños - Saquisilí 	20	2 795€ costa 495,- Euro Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelo internacional - Hospedaje en selva lodge - Alimentación completa - Entradas y 	<ul style="list-style-type: none"> - Recargos por combustible - Comidas no mencionadas - excursiones opcionales - Propinas y gastos personales - Entrada al Parque 	<p>Incluye un seguro de cancelación de viaje de 5.000, - euros por persona</p> <p>Por el pago de diferentes sumas de acuerdo al estado civil del Pax.</p> <p>Incluye</p>

		Galápagos Rafting Tekking Bicicleta Lodge en la amazonia	<ul style="list-style-type: none"> - Laguna Quilotoa - Reserva Faunística Chimborazo - Riobamba - Nariz del diablo - Cuenca - P.N. El Cajas - Vilcabamba - Zaruma Guayaquil - Regreso o Extensión 4 días a Galápagos o Puerto López 		1.195,- Euro	excursiones según el programa <ul style="list-style-type: none"> - Transporte - Guía turístico de habla alemana Opción Galápagos: <ul style="list-style-type: none"> - Vuelo - Hospedaje - Alimentación - Transporte - Guía Opción costa <ul style="list-style-type: none"> - Hospedaje - Transporte - Alimentación según itinerario 	Nacional Galápagos	Seguros: médicos de viaje accidente cancelación Equipaje
31.	Studiosus Reisen München GmbH	Galápagos Sierra NCS Pahuma Plantación de rosas	<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Mitad del mundo - Otavalo - Peguche - Cuicocha - Cotacachi - Reserva Cayambe-Coca - Papallacta - Cotopaxi - Baños 	19	4 990/ 5 090€	<ul style="list-style-type: none"> - Vuelos internacionales Iberia LAN - Los vuelos nacionales - Transporte en Barcos y viajes según el itinerario - Hospedaje - Alimentación de acuerdo al 		En caso de cancelación por parte del cliente antes de la salida: 46 días antes de la salida: 20% 45 - 22 días: 30% 21- 15 días: 40% 14- 8 días: 50% 7 días: 60%

			<ul style="list-style-type: none"> - Riobamba - Ingapirca, - Cuenca - P.N. Cajas- - Guayaquil - Baltra. - Puerto Ayora - Bartolomé - Floreana - Isabela 			<ul style="list-style-type: none"> itinerario - Guía de habla alemana - Entradas y tarifas del parque (145 €) - Seguro de Cancelación (125 €) - Literatura de viajes - Compensación de CO2(30 €) 		
32.	TWR Latino-Tours		<ul style="list-style-type: none"> - Quito - Laguna Cuicocha - Otavalo - Pujilí - Laguna Quilotoa - P. N. Cotopaxi - Baños - Nariz del Diablo - Ingapirca - Cuenca - P. N. Cajas - Guayaquil - Galápagos - Santa Cruz - Bartolomé - Seymour 	14	3 450€	<ul style="list-style-type: none"> - Guía turístico de habla alemana - Excursiones según el itinerario - Transporte - Alojamiento - Alimentación como se describe en el itinerario - Guía naturalista de habla Inglés durante las excursiones en las Islas Galápagos 	<ul style="list-style-type: none"> - vuelo internacional - Impuesto de salida en el aeropuerto 27 USD - Propina y gastos personales - Seguro de viaje 	<p>En caso de cancelación 60 días antes de la salida 50%</p> <p>59 a 22 días: 60%</p> <p>21 a 15 días: 70%</p> <p>14 a 7 días: 80%</p> <p>6 días: 90%</p> <p>0días: 100%</p>

			- Plaza sur					
33.	VIVENTU RA	Galápagos Sierra N.C.S Amazonía	- Quito - Otavalo - Nanegal - P. N. Cotopaxi - Quilotoa - Baños - Puyo - Archidona - Baños - Guamote - Alausí - Cuenca - P. N. El Cajas - Cerro - Guayaquil - San Cristóbal - Puerto Baquerizo - Puerto Villamil - Puerto Ayora	24	3 999€	- vuelos internacional - Transporte público o privado - Alojamiento seleccionado - Guía turístico de habla alemana - Alimentación - Folleto con información detallada - Donación a la organización benéfica Visozial en la cantidad de 30 euros	- Parque Nacional Galápagos - propinas - bebidas y comidas fuera del itinerario Costo de la habitación simple: 449	En caso de cancelación: 30 días antes de la salida 20% 29 a 15 días: 40% 14 a 7 días: 60% 6 días: 80% 5-0 días: 95%
34.	Wikinger Reisen GmbH	Sierra N.C.S Pahuma Ibarra Laguna Mojanda Teking	- Quito - Otavalo - P. N. Cotopaxi - Nariz del diablo - Ingapirca - Cuenca - P.N. El Cajas	18	4 498€	- Vuelo Internacional Iberia o KLM - vuelos nacionales Tame, Aerogal o LAN según itinerario	- Entrada al Parque Nacional Galápagos - Impuesto de salida Guayaquil	En caso de cancelación: 84 días antes de la salida 10% del precio del viaje 83 a 42 días: 30% 41 a 28 días: 60% 27 a 4 días: 80% 3 Días antes o no llegada 90%

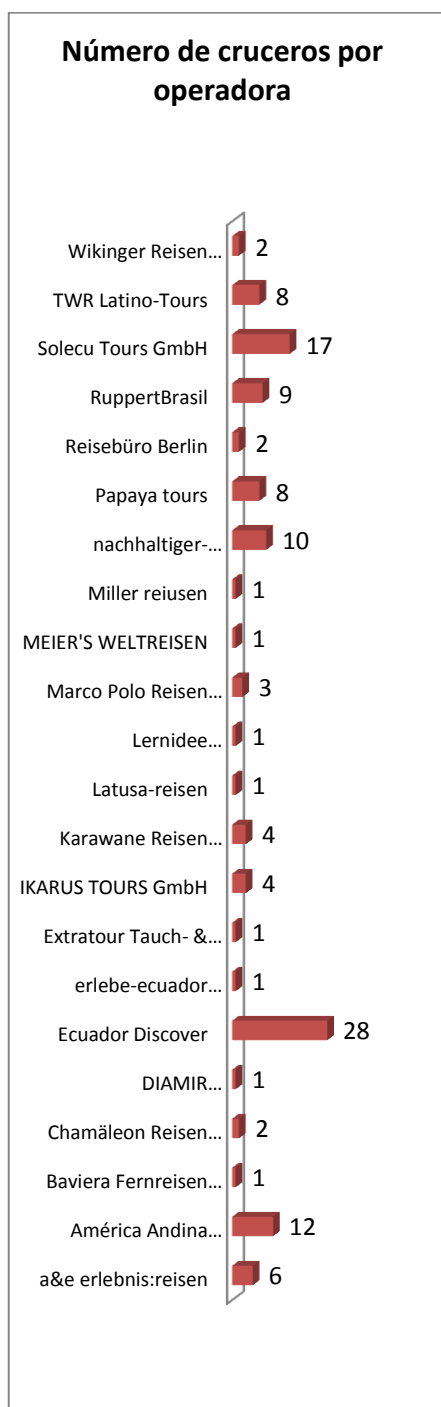
		<p>Cotacachi -</p> <p>Cayapas</p> <p>San</p> <p>Francisco</p> <p>Pablo</p> <p>Arena</p> <p>Lagunas:</p> <p>Yanacocha</p> <p>Burroco</p> <p>cha</p> <p>Volcán</p> <p>Yanaurco</p> <p>Irugincho</p> <p>Paschoa</p>	<p>- Guayaquil</p> <p>- Isabela</p> <p>- Tintorerías</p> <p>- El Chato-Farm & Tortuga Bay</p> <p>- Floreana</p> <p>- Bartolomé</p> <p>- Seymour</p> <p>- Plazas</p> <p>- Charles Darwin</p> <p>- San Cristóbal</p>			<p>- Transporte</p> <p>- Hospedaje categoría media</p> <p>- Alimentación según el programa</p> <p>- Entradas según itinerario</p> <p>- Guía naturalista en Galápagos</p> <p>- Guía de habla alemana</p>		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

Fuente: Página web de cada agencia de viaje

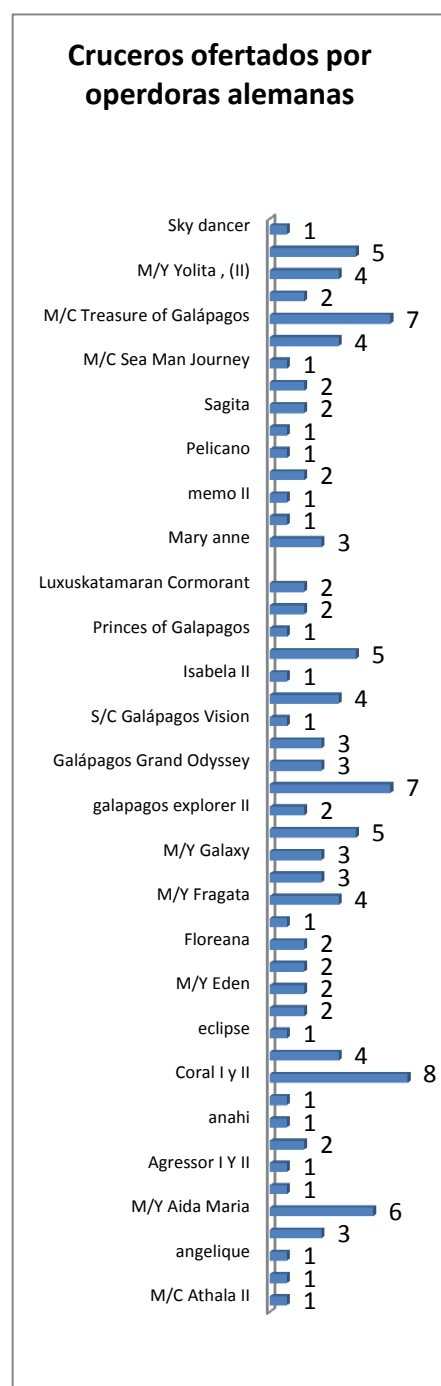
ANEXO 4

CRUCEROS OFERTADOS POR OPERADORAS ALEMANAS

De las operadoras alemanas analizadas el 62,9 % ofertan diversos cruceros en las islas Galápagos



Número de cruceros



**Cruceros ofertados
por operadoras alemanas**

ANEXO 5

CATEGORIZACIÓN DE LOS CRUCEROS

a. Cruceros de lujo

	Cormorant	Galapagos explorer II	Isabela II	eclipse	La pinta	Katamaran	Odyssey
Ecuador Discover		x	x	x	x		x
Karawane Reisen GmbH & Co. KG	x					x	
Meier's weltreisen		x					
Solecu Tours GmbH	x					x	x
TWR Latino-Tours							x

b. Cruceros primera clase +

	Galapagos legend	M/C Athala II	Journey I (anahi)	M/V Santa Cruz
a&e erlebnis:reisen	x			
Ecuador Discover	x	x	x	x
Ikarus Tours GmbH	x			
Karawane Reisen GmbH & Co. KG	x			
Marco Polo Reisen GmbH	x		x	
Miller reisen			x	
Reisebüro Berlin				x
RuppertBrasil	x			x
Solecu Tours GmbH			x	
TWR Latino-Tours	x		x	
Wikinger Reisen GmbH				x

c. Cruceros primera clase

	Archipel I und II	Beagle	Coral I y II	M/Y Galapagos Voyager	M/Y Galaxy	M/C Queen of Galápagos	falmingo	M/C Sea Man Journey	Mary anne	M/C Treasure of Galápagos	M/Y Tip Top II, III, IV	memo II
a&e erlebnis:reisen			x									
América Andina GmbH & Co KG		x			X				X	X		
Chamäleon Reisen GmbH			x							X		
Ecuador Discover	x	x	x	X	X	x	x	x	X	X	x	
Ikarus Tours GmbH			x								x	
Karawane Reisen GmbH & Co. KG			x									
Latusa-reisen					X							
Lernidee Erlebnisreisen GmbH, Marketing										X		
Marco Polo Reisen GmbH			x									
Nachhaltiger-reisen.de									X	X		
Papaya tours												
Reisebüro Berlin										X		
Ruppert Brasil			x				x			X		
Solecu Tours GmbH				X								x
TWR Latino-Tours			x	X			x					

ANEXO 6
TARIFARIO DEL PAQUETE 1

TARIFARIO ENTRADAS	PRECIO USD
Iglesia de la Basílica	2
Iglesia de la Compañía	2
Museo de la ciudad	2
Panecillo	2
Iglesia de San Francisco	2
Mitad del mundo	3
Cráter del Volcán Pululahua	3
Museo de Tulipe	3
Tarabita de montaña en Mindo	8
Mariposario Mindo	5
Traslado al Parque Nacional Cotopaxi	3
Tarabita en Baños	2
Ruta de las cascadas Pailón del Diablo	2
Reserva Faunística Chimborazo	3
Cerro Santa Ana	Gratis
Visita a la Chocolatera	Gratis
Paseo a caballo	5
Comunidad de Agua blanca	5
Parque Nacional Machalilla (Los Frailes)	3
Total	55

TOUR NAVEGABLES	PRECIO USD
Tour navegable en el Puerto El Morro	5
Tour navegable a la Isla de la Plata	35
Total	40

NOMBRE	No NOCHES	HAB. DBL USD	TOTAL USD
Tarifas Hotel Plaza Sucre	2	\$ 82	\$ 164
Hostería el Carmelo	2	\$ 70	\$ 140
Tarifas Hotel Río Amazonas	1	\$ 115	\$ 115
Hostería La Ciénega	1	\$ 55	\$ 55
Samari Spa Resort	1	\$ 136	\$ 136
Mansión Santa Isabella	1	\$ 58	\$ 58
Hotel Howard Johnson Guayaquil	1	\$ 110	\$ 110
Hostería El Faro Ecolodge	1	\$ 122,00	\$ 122
Barceló Colón en Salinas	1	\$ 202	\$ 202
Hotel baja Montañita	1	\$ 120,00	\$ 120
Puerto López	1	\$ 54	\$ 54
Hostería Vista al mar	1	\$ 70	\$ 70
Total			\$ 1.346
Precio Pax			\$ 673

ANEXO 7
TARIFARIO DEL PAQUETE 2

TARIFARIO ENTRADAS	PRECIO USD
Iglesia de la Basílica	2
Iglesia de la Compañía	2
Museo de la ciudad	2
Iglesia de San Francisco	2
Mitad del mundo	3
Cavernas de Jumandy	5
Rafting	10
Kamak maki	20
Casa cóndor y Palacio Real	8
P. N. Cotopaxi	3
Total	57

vuelos Quito (UIO) –Coca (CCO)	USD 60
---	---------------

NOMBRE	No NOCHES	HAB. DBL USD	TOTAL USD
Tarifas Hotel Plaza Sucre	3	\$ 82	\$ 246
Reserva Bilógica Limoncocha	1	\$ 60	\$ 60
Hakuna matata – Tena	1	\$ 120	\$ 120
Suchipakari Rainforest Hotel Jungle	1	\$ 160	\$ 160
Hotel Macas	1	80	80
Mansión Santa Isabella	2	\$ 58	\$ 116
Total			\$ 782
Precio Pax			\$ 391

ANEXO 8
TARIFARIO DEL PAQUETE 3

TARIFARIO ENTRADAS	PRECIO USD
Iglesia de la Basílica	2
Iglesia de la Compañía	2
Museo de la ciudad	2
Panecillo	2
Iglesia de San Francisco	2
Mitad del Mundo	3
Parque nacional Cotopaxi	3
Centro interpretativo de Urbina	1
Reserva Faunística Chimborazo	3
Paseo en tren	35
Ruinas de Ingapirca	5
Parque Arqueológico de Pumapungo	5
Noche cultural Saraguro	3
Parque Nacional Podocarpus	2
Moliendas de Caña de azúcar	1
Bosque petrificado de Puyango	1
Total	72

NOMBRE	No NOCHES	HAB. DBL USD	TOTAL USD
Tarifas Hotel Plaza Sucre	2	\$ 82	\$ 164
Mansión Santa Isabella	2	\$ 58	\$ 116
Hotel Victoria, Cuenca Ecuador	2	\$ 72,92	\$ 146
Saraguro Hostal Achik Wasi	1	\$ 30	\$ 30
Grand hotel Loja	3	\$ 61,00	\$ 183
Hotel bosque del Puyango	1	\$ 62	\$ 62
Sub total			\$ 701
Precio Pax			\$ 350

ANEXO 9
TARIFARIO DEL PAQUETE 4

TARIFARIO ENTRADAS	PRECIO USD
Estación científica Charles Darwin	10
Rancho las primicias	3
Centro de interpretación Isabela	3
Centro de interpretación San Cristóbal	3
Paseo en chiva	3
Total	22

NOMBRE	No NOCHES	HAB. DBL USD	TOTAL USD
Hotel Silberstein	4	\$ 144,10	\$ 576
Hotel Casa de Marita- Isla Isabela	1	\$ 150	\$ 150
Eco-hotel Arena Blanca Isla San Cristóbal	1	\$ 150	\$ 150
Sub total		\$ 876	
Precio Pax		\$ 438	

ANEXO 10
TARIFARIO DEL PAQUETE 5

TARIFARIO ENTRADAS	PRECIO USD
Iglesia de la Basílica	2
Iglesia de la Compañía	2
Museo de la ciudad	2
Panecillo	2
Iglesia de San Francisco	2
Mitad del Mundo	3
Tour navegable Laguna Cuicocha	1,5
Tour navegable en Cuicocha	1,8
Visita laguna de Yahuarcocha y tour navegable	10
Traslado al Parque Nacional Cotopaxi	3
Ruta de las cascadas Pailón del diablo	2
Zoo-criadero de Fátima	5
Parque Etnobotánico Omaere	3
Paseo en tren a la Nariz del Diablo	35
Visita a las ruinas de Ingapirca	5
Visita al parque Nacional El Cajas	
Degustación de los tradicionales bizcochos y queso de hoja en Cayambe	6
Total	85,3

NOMBRE	No NOCHES	HAB. DBL USD	TOTAL USD
Tarifas Hotel Plaza Sucre	2	\$ 82	\$ 164
Tarifas Hotel Río Amazonas	1	\$ 115	\$ 115
Hotel Ajaví	1	\$ 80	\$ 80
Hostería La Ciénega	1	\$ 55	\$ 55
Hostería Flor de Canela	1	\$ 80	\$ 80
Samari Spa Resort	1	\$ 136	\$ 136
Mansión Santa Isabella	1	\$ 58	\$ 58
Hotel Victoria, Cuenca Ecuador	1	\$ 72,92	\$ 73
Hotel Howard Johnson Guayaquil	1	\$ 110	\$ 110
Hotel Silberstein	4	\$ 144,10	\$ 576
Sub total			\$ 1.447
Precio Pax			\$ 724

ANEXO 11

DISEÑO DE LA PÁGINA WEB EN ALEMÁN



Home
Über uns
Reisen
Länder Infos
Nützliches
Organisation
Impressum
AGBs




Herzlich Willkommen bei Ecuador Reisen,

Gemeinsam eines der schönsten Länder Südamerikas entdecken.

Erleben Sie die Vielfalt Ecuadors, eines der kleinsten Länder Südamerikas mit seinen vier Welten. Ecuador bietet seinen Gästen eine der größten Arten- und Pflanzenvielfalt der Welt. Tauchen Sie ab in eine Welt der Traditionen und der Moderne. Nirgendwo sonst, kann man auf kleinsten Raum so viel Entdecken.

Ecuadors vier Welten bilden sich aus dem Regenwaldgebiet, welches sich von Norden bis zum Süden des Landes im Osten der Anden erstreckt. Entdecken Sie die Welt der Ureinwohner, oder besuchen Sie den National Park Yasuni mit der größten Artenvielfalt der Welt.

Die Hochanden, welche man mit einer Fahrt über einer der weltberühmtesten Straßen der Welt der Panamericana entdecken kann. Erleben Sie die Straße der Vulkane, an der sich mehr als ein Dutzend schneebedeckte teils inaktive aber auch aktive Vulkane in den Himmel hinauf ragen.

Die ecuadorianische Pazifikküste lädt Sie ein, Tage an malerischen Sandstränden zu verbringen, lassen Sie dort einfach mal die Seele baumeln. Gehen Sie surfen, schwimmen oder genießen Sie einfach beim Strandspaziergang die Sonne.

Die vierte Welt sind die weltberühmten Galapagos Inseln. Das Archipel lädt Sie zum Tauchen, Schnorcheln oder auch zu Trekking Touren ein. Erleben Sie eine faszinierende Tierwelt, wie zum Beispiel die Riesenschildkröten oder den Blaufuss Tölpeln. Wandern Sie auf den Spuren von Charles Darwin, den Galapagos schon vor sehr langer Zeit faszinierte.

Wir wünschen Ihnen viel Entspannung in einem der schönsten Länder der Welt.

Ihre Zufriedenheit ist unser oberstes Ziel!







Home
Reisen
Länder Infos
Nützliches
Organisation
Impressum
AGBs

Reise Program Ecuador

Der Pass des Abenteuers				
Die Natur zum Lieben				
Die Anmutigen Anden				
Traumhaftes Galapagos				
Erlebe die 4 Welten				



[Home](#) [Reisen](#) [Länder Infos](#) [Nützliches](#) [Organisation](#) [Impressum](#) [AGBs](#)

[Information](#) [Buchungs](#) [Leistungen](#) [Map](#)

Beschreibung des Reiseverlaufs

Der Pass des Abenteurers

Die abenteuerliche Reise beginnt, in der Hauptstadt Quito, wo Sie das historische Zentrum von Quito besuchen das Historische Zentrum ist im Kolonialstil errichtet worden und Gehört zum UNESCO Weltkulturerbe.

Außerdem Besuchen Wir das Monument Mitad del Mundo wo man zur selben Zeit auf der Nord und auf der Süd Halbkugel der Erde stehen kann. Genießen Sie die vielfältigen Landschaften und Ökosysteme, die Ecuador präsentiert vom Vulkan Pululahua bis nach Mindo das für seine Kultur, Geschichte so wie seine vielfältige Flora und Fauna bekannt ist. Wir werden Seilbahn fahren, Wanderungen machen und die Tier Welt beobachten Eine Fahrt durch die Allee der Vulkane wo Sie den Chimborazo und Cotopaxi und viele mehr bestaunen können.

Wir werden die Atemberaubende Straße der Wasserfälle besuchen sowie die Türkis Farbene Lagune des Vulkans Quilotoa. Beim Besuch der verschiedenen Strände der Pazifik Küste lassen Sie die Seele baumeln und erholen sich von jeglichem Stress.

Sie werden Delfine und Fregatten Vögel Beobachten. In Salinas oder Montanita können Sie auf Großen Wellen Surfen oder einfach nur Schwimmen gehen. Außerdem Besuchen wir verschiedene Dörfer und Parks wie z.b Aqua Blanca oder den National Park Machallila. Am Ende des Abenteurers Fahren wir über die Wunderschöne Stadt Manta zurück nach Quito von wo Sie dann die Heimreise antreten.

Buchungscode:DF-001


Schwierigkeit: Medium

Länge:15 Tage, 14 Nächt

Zeit der Täglichen Aktivitäten:

Ca. 8 Std. Täglich





[Home](#) [Reisen](#) [Länder Infos](#) [Nützliches](#) [Organisation](#) [Impressum](#) [AGBs](#)

[Information](#) [Buchungs](#) [Leistungen](#) [Map](#)

Benötigte
Untensilien
für die Reise

Verboten

Verhaltensregeln

- *Ein Rucksack oder eine Kleine Tasche
- *Gemütliches Schuhwerk
- *Sonnen Lotion
- *Kopfbedeckung
- *Bequeme Kleidung
- *Sandalen
- *Fotoapparat oder Film Camcorder
- *Benötigte Medikamente
- *Reisepass und Kopie des Passes

- *Alkoholische Getränke
- *Messer, Schusswaffen bzw. Waffen aller Art

*Hören Sie aufmerksam und folgen Sieden Hinweisen des Reiseleiters während der Aktivitäten.


*Achten Sie gut auf Ihr Persönliches gut

*Kein Müll weg werfen, Schützen Sie das Ökosystem

*Tiere oder Pflanzen nicht mitnehmen.

*Verlassen sie nicht die sicheren Wege ohne Führung

*Bei Problemen wenden Sie sich an den Reiseleiter



[Home](#)
[Reisen](#)
[Länder Infos](#)
[Nützliches](#)
[Organisation](#)
[Impressum](#)
[AGBs](#)

[Information](#)
[Buchungs](#)
[Leistungen](#)
[Map](#)

Im Reisepreis Enthalten

Nicht Inklusive

Einrichtungen / Tourismus Services

Kommentare

Presise

- *Unterkunft in Doppelzimmer
- *Reiseleitung
- *Boots Touren
- *Flug Frankfurt – Quito
- *Verpflegung
- *Transfers im Inland
- *Sportausrüstung
- *Inlands Flüge


- *Alkoholische Getränke
- *Essen außerhalb der geplanten Verpflegung
- *Sonderleistungen die nicht in der Enthalten sind
- *Trinkgelder

- *Private Transporte
- *Deutschsprachig Reiseleitung *und Erste Hilfe

- *Koordination mit den Einheimischen vorm Einlass
- *Die Preise Enthalten nicht IVA (12%) und die Steuern für Service(10%)

PreiseKalkuliert nach der Menge der Passagiere:

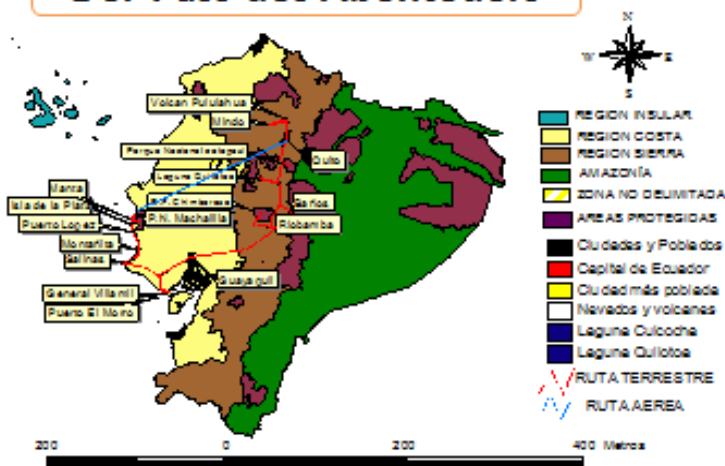
- *2 Reisende: \$ 4 530
- *4 Reisende: \$ 3 607
- *6 Reisende: \$ 3 299
- *8 Reisende: \$ 3 145
- *10 Reisende: \$ 3060
- *12 Reisende: \$ 2 991



[Home](#)
[Reisen](#)
[Länder Infos](#)
[Nützliches](#)
[Organisation](#)
[Impressum](#)
[AGBs](#)

[Information](#)
[Buchungs](#)
[Leistungen](#)
[Map](#)

Der Pass des Abenteuers



ANEXO 12

DISEÑO DE LA PÁGINA WEB EN ESPAÑOL

[Principal](#) [Paquetes](#) [Información](#) [Sobre nosotros](#) [Organización](#) [Contactanos](#)



Bienvenidos a Ekuador Reisen,

Descubra al mejor país de Sur America

Ecuador es un país que gracias a su excelente ubicación y a sus cortas distancias en el recorrido, se puede cambiar de ecosistemas, y diversidad natural y cultural en cuestión de pocas horas. Ekuador Reisen ofrece a sus visitantes una forma única de conocer y experimentar infinidad de sentimientos únicos además de enseñar la abundante flora y fauna y su variada cultura y tradiciones.

En un solo país se puede disfrutar de 4 mundos diferentes, cada uno con una belleza única y diversidad propia. En la Sierra conocerá de ciudades patrimoniales consideradas por la UNESCO como Quito y Cuenca además de visitar la reconocida avenida de los volcanes que llegan a una altura de 6000 msnm, además de la ruta ferroviaria más difícil del mundo, la convivencia con diversas culturas será una experiencia indescriptible, en la amazonia observará muchas especies de flora y fauna, escuchará el trinar de las aves, disfrutará de paseos en lancha e introducirse en el misterioso mundo de la selva amazónica.

En la costa del pacífico podrá relajarse y disfrutar de las amplias playas, nadar en aguas cristalinas, disfrutar del sol, realizar deportes de aventura como snorkeling y de acuerdo a la época observar el apareamiento de ballenas jorobadas un espectáculo natural indescriptible.

Las islas Galápagos reconocidas a nivel internacional por su riqueza y biodiversidad además en el archipiélago se puede bucear, practicar snorkeling y trekking, observar el fascinante entorno natural y convivir con especies animales únicas en el mundo que son muy amigables, además de conocer las tortugas gigantes, lobos marinos, iguanas y una infinidad de aves con magníficos colores, no se puede perder es una experiencia única.

Venga a disfrutar de una aventura inolvidable en compañía de profesionales. Su satisfacción es nuestra prioridad!

Copyright © 2013 Ekuador Reisen . All Rights Reserved. Riobamba- Ecuador

[Principal](#) [Paquetes](#) [Información](#) [Sobre nosotros](#) [Organización](#) [Contactanos](#)



Programas de viaje de Ecuador

Al paso del aventurero				
Amante de la naturaleza y la cultura				
Andes Encantados				
Galápagos de ensueño				
Integrando los 4 mundos				

Principal
Paquetes
Información
Sobre nosotros
Organización
Contactanos

Información
Reservaciones
Que incluye
Mapa

Requerimientos para la visitas

Prohibiciones

Normas de Comportamiento

- Una mochila o cartera pequeña (para las visitas)
- Zapatos cómodos
- Loción bloqueadora
- Gorra o sombrero
- Ropa ligera y abrigada
- Repelente.
- Sandalias
- Cámara de fotos.
- Medicinas en caso de necesitarlas
- Documentos: Pasaporte original y copia para el registro.

- Bebidas alcohólicas.
- Armas blancas y de fuego

- Escuchar atentamente y respetar las instrucciones del guía durante las actividades.
- Estar siempre pendiente de los objetos personales.
- No arrojar basura, ni destruir ecosistemas
- No recolectar especies vegetales o animales.
- No salir de los senderos en sitios inseguros ni alejarse del guía
- En caso de algún problema informar al guía

Principal
Paquetes
Información
Sobre nosotros
Organización
Contactanos
Galería

Información
Reservaciones
Que incluye
Mapa

Descripción del viaje

"Al paso del aventurero"

El paso de aventurero comienza al llegar a la ciudad de Quito en donde se visitará el Centro histórico categorizado por su riqueza colonial, también podrán colocar en el mismo sitio un pie al norte y otro al sur en la mitad del mundo, además de disfrutar de los diversos paisajes y ecosistemas que presenta este rincón del Ecuador, desde el paso por el volcán Pululahua, hasta llegar a Mindo lugar considerado por su abundante biodiversidad, la adrenalina se incrementa con el paso en la tarabita y las caminatas de observación de fauna silvestre. Al recorrer por la avenida de los volcanes se visitará el volcán Cotopaxi y Chimborazo llegando hasta el punto más cercano al sol y sitio que inspiró a Humboldt. El aventurero disfrutará de la magia del agua al conocer la laguna Quilotoa, ruta de las cascadas, diversas playas del inmenso pacífico como General Villamil donde se avistarán delfines y fragatas (Puerto el Morro), Salinas y Montañita reconocida por sus grandes olas aptas para el surf. El paso por la comunidad de Agua Blanca y visita al Parque Nacional Machalilla, que permitirá la realización de algunos deportes de aventura como el snorkeling en la isla de la plata. Al finalizar la aventura se llega a la ciudad de Manta donde se toma un vuelo a Quito para el retorno a Alemania

Código:DF-001
Dificultad: Medio
Duración :15 Tage, 14 Nächte
Duración de las actividades: 8 horas diarias

Copyright © 2013 Ekuador Reisen . All Rights Reserved. Riobamba- Ecuador

Principal
Paquetes
Información
Sobre nosotros
Organización
Contactanos

Información
Reservaciones
Que incluye
Mapa

El Paquete Incluye

- Hospedaje en habitaciones dobles, Alimentación
- Guianza ,Transporte terrestre en Ecuador continental
- Tours navegables
- Equipo para deportes de aventura
- Vuelos Frankfurt – Quito – Frankfurt
- Vuelos internos

No incluye

- Bebidas alcohólicas
- Comidas y bebidas extras.
- Servicios no especificados dentro del tour
- Propinas
- Los precios no incluyen IVA (12%) e impuestos por servicio (10%)
- Los paquetes grupales se ejecutarán a partir de 6 pasajeros

Facilidades/ servicios turísticos

- Transporte privado
- Guía de habla alemana y un botiquín de primeros auxilios.

Precio

Precio calculado en base al número de pasajeros:

*2 Pax: \$ 4 530	*4 Pax : \$ 3 607	*6 Reisende: \$ 3 299
*8 Pax : \$ 3 145	*10 Reisende: \$ 3060	*12 Pax : \$ 2 991

Principal
Paquetes
Información
Sobre nosotros
Organización
Contactanos

Información
Reservaciones
Que incluye
Mapa

"AL PASO DEL AVENTURERO"